

**ELABORACIÓN DEL LIBRO DE ESTILO Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA
DEL PORTAL WEB DEL NOTICIERO REGIONAL 90 MINUTOS
WWW.90MINUTOS.CO**

CARLOS ARTURO RIZO MADRID

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2013**

**ELABORACIÓN DEL LIBRO DE ESTILO Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA
DEL PORTAL WEB DEL NOTICIERO REGIONAL 90 MINUTOS
WWW.90MINUTOS.CO**

CARLOS ARTURO RIZO MADRID

**Pasantía Institucional para optar al título de Comunicador Social –
Periodista**

**Director
JOSÉ ANTONIO BEDOYA
Comunicador Social-Periodista**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2013**

Nota de aceptación:

**Aprobado por el Comité de Grado
en cumplimiento de los requisitos
exigidos por la Universidad
Autónoma de Occidente para
optar al título de Comunicador
Social - Periodista**

LIZANDRO PENAGOS

Jurado

DIEGO LENIS

Jurado

Santiago de Cali, 1 de Agosto de 2014

CONTENIDOS

	Pág.
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	12
1 PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
1.1 POLITICA EDITORIAL DEL NOTICIERO 90 MINUTOS	16
1.2 HISTORIA DEL PORTAL WEB WWW.90MINUTOS.CO	17
1.2.1 Estudiantes ‘Pilos’	20
1.2.2 Secciones	21
1.3 ORGANIGRAMA DE LA ORGANIZACIÓN	30
1.4 IMAGENES DE LA ORGANIZACIÓN	31
2 INTERESES DE LA PASANTÍA	32
2.1 INTERÉS ACADÉMICO PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE	32
2.2 INTERÉS PROFESIONAL QUE TUVO LA PASANTÍA PARA EL ESTUDIANTE	32
2.3 INTERÉS LABORAL QUE TUVO LA PASANTÍA PARA EL ESTUDIANTE	33
2.4 INTERÉS Y APOORTE PRODUCTIVO PARA LA ORGANIZACIÓN DONDE SE DESARROLLARÁ LA PROPUESTA	33
3 ANTECEDENTES	35
3.1 DISCURSOS Y REDACCIÓN DE TEXTOS EN INTERNET	35
3.2 HISTORIA DE LOS LIBROS DE ESTILO Y REDACCIÓN	37
3.3 OTROS MANUALES DE ESTILO Y REDACCIÓN	40

4	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	42
4.1	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTA PROBLEMA	46
5	OBJETIVOS	47
5.1	OBJETIVO GENERAL	47
5.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	47
6	JUSTIFICACIÓN	48
7	MARCO DE REFERENCIA	49
7.1	MARCO CONTEXTUAL	49
7.1.1	www.elpais.com.	50
7.1.2	www.elpueblo.com.co.	51
7.1.3	Webnoticias.	52
7.2	MARCO TEÓRICO	53
7.2.1	Ejercicio periodístico.	53
7.2.2	Estilo periodístico	54
7.2.3	Periodismo en la web.	54
7.2.4	El lenguaje en la web.	55
8	METODOLOGÍA	57
8.1	DESARROLLO DEL PLAN METODOLÓGICO	57
8.2	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	59
8.3	PROCEDIMIENTOS	59
8.4	ELEMENTO INNOVADOR DE LA PROPUESTA	60

9	CRONOGRAMA	61
10	PRESUPUESTO	62
11	RECURSOS	64
11.1	TALENTOS HUMANOS	64
11.2	RECURSOS FÍSICOS	64
12	CONCLUSIONES	65
13	RECOMENDACIONES	67
	BIBLIOGRAFÍA	68
	ANEXOS	71

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 Técnicas y herramientas de recolección de información	59
Cuadro 2 Proceso de la investigación y desarrollo de la pasantía	61
Cuadro 3 Presupuesto general del proyecto.	62
Cuadro 4 Personal de apoyo	62
Cuadro 5 Materiales e insumos.	62
Cuadro 6 Tansportes	63
Cuadro 7 Equipo	63
Cuadro 8 Bibliografía	63
Cuadro 9 Talentos humanos.	64
Cuadro 10 Recursos físicos	64

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Gráfico 1 Rating Noticiero de la Región Pacífica por parte del IBOPE	15
Figura 2 Gráfico 2. Rating Noticieros Regionales y Nacionales de los canales privados	15
Figura 3 Página principal (superior) de www.90minutos.co	21
Figura 4 Página principal (medio), sección actualidad de www.90minutos.co	22
Figura 5 Página principal (inferior), sección deportes de www.90minutos.co	22
Figura 6 Imagen de la sección Cali	23
Figura 7 Imagen de la sección Región con sus derivaciones.	23
Figura 8 Imagen de la sección País.	24
Figura 9 Imagen de la sección Deportes	24
Figura 10 Imagen de la sección Especiales	25
Figura 11 Imagen de Secciones.	26
Figura 12 Imagen de la sección Judicial	26
Figura 13 Imagen de la sección Mundo	27
Figura 14 Imagen de la sección Emisiones	27
Figura 15 Imagen de la sección Contáctenos	28
Figura 16 Imagen de la sección Reportero Ciudadano	28
Figura 17 Imagen de la sección Entrevista	29

Figura 18 Organigrama general del Noticiero	30
Figura 19 Logo del Noticiero 90 minutos	31
Figura 20 Logo de www.90minutos.co	31

RESUMEN

Este Trabajo de grado tipo Pasantía, desarrollado entre el segundo semestre del 2013 y primer semestre del 2014, tuvo como fin la creación del libro de estilo y redacción para el portal www.90minutos.co, por medio del análisis documental Y el estudio de otros manuales y autores, expertos en normas gramaticales.

Debido a la ausencia de esta herramienta (manual de estilo y redacción), 90minutos.co siendo un medio con corto tiempo de labor periodística (dos años) y con un alto reconocimiento en la sociedad – de acuerdo con las entrevistas realizadas a las directivas de este y al análisis de estadísticas hechas por el IBOPE – no contaba con una estructura normativa que les permitiera a los periodistas web prevenir errores y ambigüedades en sus escritos, lo que les podría generar en sus públicos incertidumbre o confusión y así la pérdida de calidad periodística y de credibilidad por parte de la audiencia.

Por tal motivo, se consideró que 90minutos.co debe contar con un libro guía que sirva de mecanismo de referencia a sus periodistas, con el fin de definir un estilo en la redacción y en los procedimientos periodísticos.

También, este libro contribuye al fortalecimiento de imagen e identidad del portal hacia su audiencia y frente a otros medios similares. Aparte, coadyuva al establecimiento de la uniformidad en el lenguaje ya que se plasmará las normas y políticas en documento formal.

En pocas palabras, este trabajo pretende servir de guía a los miembros que hacen parte del portal www.90minutos.co en el momento de enfrentarse a un hecho noticioso.

Para lograr la estructuración del libro y el cumplimiento del objetivo planteado en este proyecto, se estudiaron libros de estilo del país y de otras partes del mundo, se consultaron diversos documentos y autores que han escrito sobre lo digital, el periodismo y la gramática.

Asimismo, se realizaron entrevistas a expertos (periodistas y profesores) con el propósito de identificar los diferentes procedimientos, prácticas y la ética con la que debe contar el periodista web.

Con el fin de profundizar en lo anterior, el investigador fue partícipe durante cuatro meses de la labor que desempeña un periodista web realizando notas

para la página del noticiero, todo con el fin de comprender más el mundo del periodismo digital y tener una base sólida para la realización de este proyecto.

Finalmente, por medio de la información recolectada de testimonios y documentos, se logró elegir los contenidos pertinentes para la adecuada elaboración del libro de estilo y redacción de www.90minutos.co.

Este libro estará disponible en el portal e impreso en manos del director del noticiero.

Palabras claves: Manual de estilo y redacción, plataforma tecnológica, portal web, nuevos medios, Noticiero.

INTRODUCCIÓN

El avance tecnológico y las nuevas formas de comunicación obligan a los medios de comunicación tradicionales a incursionar en nuevos formatos informativos como: e-mails, blogs, páginas de búsqueda, portales web, entre otros. En ese sentido, Ignacio Ramonet en su texto “El Poder Mediático”¹ expone que la Internet es la unión y globalización de todos los medios de comunicación existentes. Argumenta que ésta es una vía de rápido acceso a cualquier parte del mundo.

Ante todo, ratifiquemos la idea sabida de que 90 Minutos por medio de su página web amplía su nivel de cobertura a cualquier país del mundo y a su vez refuerza el estilo con el que ha venido desempeñando su labor informativa.

No obstante, debido a la mala implementación de herramientas para la redacción dentro de la nueva plataforma tecnológica expuesta con anterioridad, el portal podría correr el riesgo de generar fallas en la producción de sus contenidos, lo que daría pie a perder credibilidad, calidad, eficacia, y veracidad informativa.

Por tal motivo se plantea la creación del libro de estilo y redacción para el portal, con el fin de mantener articulado el estilo y la gramática periodística del noticiero con la forma que se exponen contenidos en un medio digital, pues cabe aclarar que por más que sean el mismo medio (noticiero y página web) sus discursos son diferentes. La elaboración de un manual se argumenta en el surgimiento de un documento donde se unifiquen los términos tecnológicos de los tradicionales, formalice y recomiende cómo, qué, para qué y sobre qué se harán los contenidos, textos, artículos, notas, productos audiovisuales.

El libro tiene como objetivo servir de guía en el proceder de cada uno de los periodistas adscritos a www.90minutos.co y para conservar el estilo que lleva la organización en cuanto a divulgación de la información.

Cabe aclarar, que un libro de estilo no sólo hace referencia a la estructura gramatical de un texto, sino también, a la ética periodística y a las políticas que rigen al medio.

Es importante aclarar que en este trabajo se ha decidido unificar en un documento completo con el manual, puesto que incluye aspectos del marco teórico, contextual y aspectos generales. Por tal motivo se repite información

¹ RAMONET, Ignacio. El poder mediático [En línea] Universidad Federal Fluminense [Recuperado el 13 de agosto de 2013] Disponible en <http://www.uff.br/mestcii/ramonet1.htm>

para dar facilidad a los usuarios del mismo como lo son los periodistas del noticiero 90 minutos.

1 PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

El noticiero 90 minutos inicia el 8 de octubre de 1990 como parte de la programación de la Franja 90 Minutos en la Corporación Productora Cívica de Medios - Procívica Tv, entidad sin ánimo de lucro. Para el 1994 dicha Franja desaparece, sin embargo el noticiero continuó con su labor como medio de comunicación, con emisión de lunes a viernes por el canal Telepacífico de 1:00 p.m. a 1:30 p.m.

Procívica Tv tiene como misión, “propiciar el desarrollo social de Colombia, teniendo como base el suroccidente del país. Mostrar responsablemente la realidad de la región y mantener un justo equilibrio informativo. Estar comprometidos con la democracia, la libre empresa y la autogestión. Permitir la expresión de voces y protagonistas del desarrollo regional, destacando los aspectos más positivos de nuestra región y nuestra cultura.

Para el 2005, se creó la Unión Temporal Universidad Autónoma de Occidente - Procívica TV. El representante legal de la Unión es el rector de la Universidad y junto con el Consejo Directivo de Procívica.

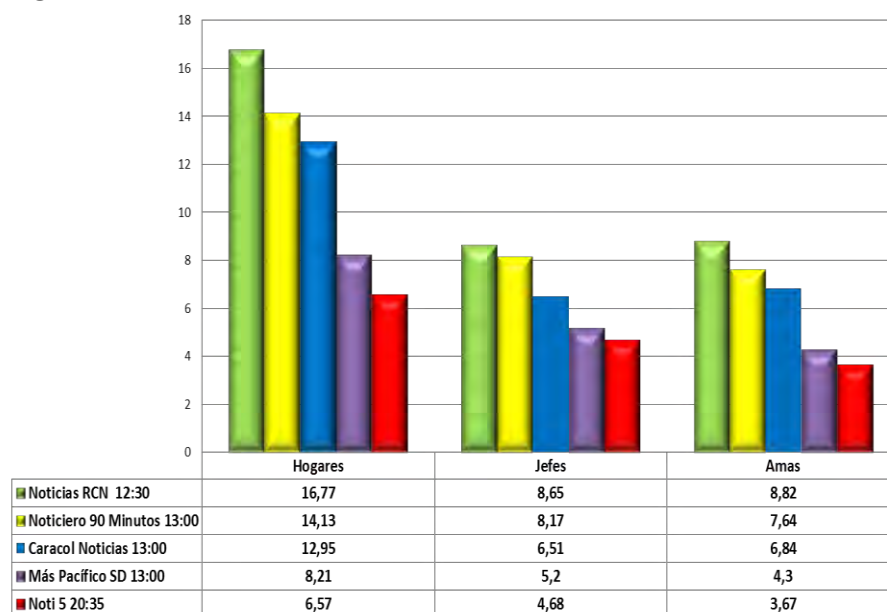
El noticiero 90 Minutos, viene trabajando bajo cuatro pilares periodístico: “Independencia”, “Imparcialidad”, “Responsabilidad” y “Servicio Público.”² Este medio nace como una necesidad de expresión cultural dentro de una época en que la televisión era centralista en su contenido, en la cual los televidentes de la región no veían reflejado su realidad.

“Las prácticas generales de www.90minutos.co deben estar basadas en la política editorial y principios periodísticos del noticiero 90 Minutos” afirmó Guido Correa, director del noticiero.

90 Minutos siguiendo un lineamiento periodístico ha logrado convertirse en un medio creíble, veraz y confiable, denominado por el Instituto Brasileiro de Opinión Pública y Estadística “IBOPE”(ver gráfico 1) como el medio informativo más visto a nivel regional (Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca) hasta la actualidad, con un amplio rating en el país. A esto se le agrega el tiempo que lleva trabajando en pro de la sociedad, a la fidelidad de su audiencia y al sentido de pertenencia que genera en ésta.

²La Historia de Procívica Tv. Documento suministrado por la administración de Procívica.

Figura 1 Gráfico 1 Rating Noticiero de la Región Pacífica por parte del IBOPE



Fuente: Documento suministrado por administración de Procívica.

Para enero de 2014, las estadísticas del IBOPE, muestran que 90 Minutos logra superar los noticieros de los canales privados en Colombia.

Figura 2 Gráfico 2. Rating Noticieros Regionales y Nacionales de los canales privados



Fuente: Documento suministrado por administración de Procívica.

1.1 POLÍTICA EDITORIAL DEL NOTICIERO 90 MINUTOS*

Es importante aclarar que un medio informativo está precedido por un intereses político-económico por parte de sus propietarios, es decir, la creación de un medio sea tradicional o digital está basada en una ideología con intereses políticos dentro de la sociedad en que opere.

Cada uno tendrá objetivos que se reflejan en el tipo de información y enfoque que le dan a la misma. Sin embargo existen normas generales que buscan relacionar con los principios básicos del periodismo.

Los cuatro pilares básicos del quehacer periodístico en el **NOTICIERO 90 MINUTOS** y su página web son: Independencia, Imparcialidad, Responsabilidad y Servicio Público.

Lo anterior se pondrá en práctica teniendo en cuenta la política editorial del noticiero:

- **90 MINUTOS** sólo difunde informaciones que pueden ser respaldadas por testimonios o documento, suministrados por personas probadamente responsables de sus actos, protegiendo la identidad de las fuentes en los casos en que prevé la ley y en los que el criterio editorial así lo indiquen.
- En todas las informaciones sobre temas controversiales, **90 MINUTOS** siempre incluye los dos puntos de vista en conflicto. No obstante, el Noticiero no admite presiones de fuentes que retienen información para obstaculizar algún informe.
- **90 MINUTOS** no adherirá nunca a un partido o grupo político. Esto garantiza el pluralismo que debe caracterizar a todos los medios de comunicación dentro de un sistema democrático.
- En períodos electorales, **90 MINUTOS** aplica la norma anglosajona del “Equal Time”, es decir, tiempos iguales de exposición para todos los candidatos. Así mismo, garantiza la imparcialidad y la equidad en el tratamiento informativo de cada uno de los candidatos.

* Política Editorial Noticiero 90 Minutos. Documento suministrado por la administración de Procívica

- **90 MINUTOS** no especula con “sonajeros” previos a ningún nombramiento ni tampoco con “inminencia” de renunciaciones u otro tipo de acontecimientos. En ambos casos, el noticiero informa sobre hechos cumplidos.
- En **90 MINUTOS** están prohibidos los primeros planos de cadáveres, sangre y otros registros macabros de la violencia.
- **EL NOTICIERO 90 MINUTOS** hará todos los esfuerzos que estén a su alcance para informar fielmente acerca de todos los hechos que afecten la vida de la región de Colombia que cubre TELEPACIFICO.
- En **90 MINUTOS**, el principal criterio de selección de las noticias es el que tiene en cuenta la cantidad de personas que se verán afectadas por una información.
- Con el fin de garantizar la descentralización de la información **90 MINUTOS** incluye un promedio mínimo mensual de 40% de noticias de toda la región de influencia de TELEPACIFICO.

1.2 HISTORIA DEL PORTAL WEB WWW.90MINUTOS.CO

La creación de un portal de noticias para el noticiero 90 Minutos estaba planteada desde mediados de la década del 2000. Guido Correa, director desde 2010 y Luis Fernando Ronderos, director del Centro Académico de Producción de Medios, adscrito a la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, iniciaron las gestiones administrativas para construir y publicar el portal, situación que se dio en el año 2010.

Según Correa, el portal de noticias “nace de la necesidad de tener un soporte web cuyo fin es responderle a las audiencias cada día más ávidas de información durante mayor tiempo al día. También se busca visibilizar, posicionar el trabajo periodístico que realiza el Noticiero en televisión”.³

“Un noticiero, en este caso 90 Minutos, se argumenta como un negocio rentable para la misma Universidad, pues el reconocimiento que obtenga el medio lo obtendrá la Autónoma” afirmó Rodolfo Concha, presentador del Noticiero.

³ Entrevista realizada al Guido Correa, director del noticiero 90 Minutos. Agosto 5 de 2013.

Pero bien, la creación de este medio se justifica con la aparición de las nuevas tendencias informativas y la convergencia de los medios tradicionales al medio digital. Guido Correa afirma que los medios de comunicación ya no son individuales sino colectivos, haciendo referencia a la integración de cada uno de los medios tradicionales a ese punto neurálgico de integración que es la web.

Han sido comunes los casos en los que se integran los medios tradicionales, ya sea televisión, radio o prensa escrita, a un medios digitales. Ese tipo de integraciones por lo general lleva tiempo ajustarlas a las lógicas y formas de lo digital. “La segunda etapa de este proceso comenzó, como decíamos, con la integración de las redacciones digitales e impresas. Este proceso de innovación –como ya ocurre en otros diarios de vanguardia– supone cambios que apuntan a una mayor articulación editorial, tecnológica y organizacional para producir contenidos en diferentes soportes. Con la diversificación de productos y la integración de rutinas del medio impreso con el ‘*online*’ y viceversa, se persigue atraer nuevos lectores y anunciantes sin desatender al producto madre. Se trata de coordinar a todos los actores que participan del proceso de producción de noticias, ubicando al lector como protagonista central.” Como se explica en el manual de lavoz.com y Córdoba .net

Por su parte, Carlos Andrés Aponte, periodista del portal y coordinador de contenidos del mismo, dice que otras razones por las cuales nace la página web son: “mantener al noticiero a la vanguardia dentro de los medios digitales, satisfacer los requerimientos de la audiencia que lo sigue y superar el corto tiempo de media hora que dura la emisión del noticiero en televisión”⁴.

A partir del 3 de septiembre del 2012 se da inicio a este proyecto con una serie de contenidos propios, desarrollado por cada uno de los periodistas de esta organización. La responsabilidad de garantizar el funcionamiento del portal recayó sobre Carlos Penagos, periodista adscrito al noticiero.

“www.90minutos.co inició con un periodo de prueba que duró cinco meses, tiempo en el que el equipo de periodistas produjo información suficiente para el portal; sin embargo las notas no se subían aún a internet”, explico Penagos.⁵

Argumentó que al principio fue difícil pues no contaban los todos los equipos tecnológicos con los que se cuenta actualmente.

⁴ Entrevista realizada al periodista Carlos Aponte. Noticiero 90 Minutos. Agosto 8 de 2013

⁵ Entrevista realizada al periodista Carlos Penagos. Noticiero 90 Minutos. Agosto 8 de 2013

Una semana después que el portal se diera a conocer al público, Guido Correa convocó a este espacio a Diana Figueroa, periodista de 90 Minutos y a Andrés Ossa, practicante del mismo. Todo esto con el fin de apoyar a Carlos Penagos con la producción de contenidos.

“Al principio fue complicado trabajar para la página y para el noticiero, pues, salíamos todas las mañanas a reportear para el noticiero, llegábamos a medio día a redactar las notas de la emisión y al mismo tiempo redactar las notas del portal”, indicó Diana Figueroa, periodista de 90 Minutos y quien actúa como web máster del portal de noticias.⁶

Para Luis Fernando Ronderos, hubo varios aspectos que fueron para el noticiero “un dolor de cabeza” durante el desarrollo del portal web: En primer lugar, estaba el hecho de no contar con el suficiente recurso financiero para un proyecto tan grande como lo es la creación de una página web para un noticiero. “Lo que hicimos fue crear un espacio al cual se le añadieran secciones y permitiera ser actualizado permanentemente, sobre pasar el tiempo en emisión y poder informar 24 horas del día ”, afirmó Ronderos.⁷

Lo anterior conllevó a no poder contar con periodistas con experiencia, sino con estudiantes del programa ‘Pilos’ que estaban en pleno proceso de adquirir habilidades como periodistas; sin embargo, para Correa esto no significaba una gran dificultad a la que se le debía prestar mayor atención, pues afirma que “cuando el portal necesite la presencia de periodistas expertos, se hará uso de los que están adscritos al noticiero”.⁸ El segundo inconveniente era dar con un diseño de la página que resultara atractivo a la audiencia.

“Pasaron varios meses después de que www.90minutos.co iniciara, para que nosotros lográramos encontrar un diseño agradable al público” indicó Ronderos.⁹

Después de un tiempo, por decisión unánime entre Ronderos y Correa, delegaron la tarea de crear un diseño para el portal al Diseñador de ese entonces perteneciente al Noticiero, logrando acertar con una imagen atractiva al público.

⁶ Entrevista realizada al periodista Diana Figueroa. Noticiero 90 Minutos. Agosto 8 de 2013

⁷ Entrevista realizada a Luis Fernando Ronderos, Director del Centro Académico de Producción de Medios de la UAO. Agosto 8 de 2013

⁸ Entrevista realizada al Guido Correa, director del noticiero 90 Minutos. Agosto 5 de 2013.

⁹ Entrevista realizada a Luis Fernando Ronderos, Director del Centro Académico de Producción de Medios de la UAO. Agosto 8 de 2013

Actualmente los directivos de 90 Minutos buscan cambiar el imaginario que se tiene sobre el portal que es ampliar el espacio de información que tiene el noticiero. “Lo que se pretende es establecer nuestra página web como un espacio donde la audiencia pueda interactuar con nosotros, se apropien del medio” indicó Correa.

Es claro en el proceso de revisión y observación del portal que éste aún no tiene una interactividad propia de los medios digitales noticiosos. “La información está migrando en forma progresiva de un modelo unidireccional (emisor > receptor) a otro de doble vía o bidireccional. Así, emisores y receptores intercambian roles, cristalizando sistemas de puede “hacer” y “usar” en el medio ‘*online*’, dándole así amplia libertad para configurar su propio mensaje. Se trata de un tipo de construcción distribuida, no centralizada. La interactividad es considerada por muchos autores y medios informativos como un nuevo modo de relación, el cual favorece el diálogo con los lectores y permite conocerlos mejor” como se indica en el El Manual Lavoz de Argentina.

Lo anterior es un aspecto que debe resolver el portal 90 Minutos, no solo a través de su portal sino por medio de las redes sociales como facebook y twitter, en las cuales tiene una página y una cuenta respectivamente.

1.2.1 Estudiantes ‘Pilós’¹⁰ El programa ‘Pilós’ del Departamento de Bienestar Universitario, es un servicio de crédito financiero a largo plazo que permite ingresar a primer semestre o sostenerte una carrera que esté en curso en la Universidad, privilegiando la excelencia académica.

Este programa va dirigido a estudiantes de colegio, que han tenido un buen desempeño académico siendo bachilleres.

‘Pilós’ también está conformado por estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente que estén cursando segundo semestre en adelante, la condición es mantener promedios ponderados de notas sobresalientes.

En ambos casos (estudiantes nuevos y antiguos en el programa), deben demostrar tener dificultades económicas para sostenerse económicamente en la Universidad.

Hasta el momento, www.90minutos.co está estructurado de la siguiente forma:

¹⁰ PROGRAMA PILOS [En línea] Universidad Autónoma de Occidente. [Consultado el 13 de agosto de 2013] Disponible en: <http://www.uao.edu.co/vida-universitaria/pilos>

1.2.2 Secciones. El portal web de 90 Minutos es un espacio en el cual se encuentra un sinnúmero de información de cualquier tipo de interés social, es decir, que genere impacto en el país. Se subdivide en bloques informativos, pautas publicitarias, blogs (para el portal es de gran importancia), seguidores, etc.

El periodista coordinador de contenidos del portal, Carlos Aponte dice: “Lo que hacemos en el portal web es actualizar todos los días el ‘home’, a cada hora hay que estar pendiente de las páginas porque la información en internet es mucho más... Se puede decir que tiene menos vigencia, entonces tenemos que estar en constante actualización”.¹¹

Figura 3. Pantallazo. Página principal (superior) de www.90minutos.co



¹¹Entrevista realizada al periodista Carlos Aponte. Noticiero 90 Minutos. Agosto 8 de 2013

Figura 4. Pantallazo. Página principal (medio), sección actualidad de www.90minutos.co



Fuente: Captura de pantalla del portal www.90minutos.co.

Figura 5. Pantallazo. Página principal (inferior), sección deportes de www.90minutos.co



En el 'home' se puede ver una barra que contiene los botones divididos por secciones:

1.2.2.1 Cali. En esta sección del portal web 90minutos.co, se desarrolla la información que tiene que ver con la ciudad de Cali. Todo lo relacionado con la administración pública y las denuncias que son de connotación ciudadana. Es la más importante de todas pues es el lugar donde se encuentra ubicado el Noticiero 90 Minutos.

Figura 6. Pantallazo. Imagen de la sección Cali



1.2.2.1 Región. Comprende Valle, Cauca, Chocó y Nariño, estos departamentos son el eje principal de esta sección de la página. La información noticiosa que predomina en este espacio hace referencia a cualquier hecho que se registre en alguna ciudad, corregimiento, vereda o caserío de los departamentos nombrados anteriormente.

Figura 7. Pantallazo. Imagen de la sección Región con sus derivaciones.



1.2.2.2 País. El espacio está reservado para todos los hechos noticiosos que ocurren en cualquier parte de Colombia.

Figura 8. Pantallazo. Imagen de la sección País.



1.2.2.3 Deportes. Todas las disciplinas deportivas, que se desarrollan en el país y en el mundo tienen espacio en esta sección. Se da relevancia a deportes o deportistas que se destaquen en la Región.

Figura 9. Pantallazo. Imagen de la sección Deportes



1.2.2.4 Especiales. Este espacio está para la noticia de mayor interés social. Se muestran videos sobre temas referentes a los departamentos expuestos con anterioridad.

Figura 10. Pantallazo. Imagen de la sección Especiales



1.2.2.5 Secciones:

- **Cali Total:** Este espacio recoge toda la información de Cali y de otros temas, tiene un espacio que permite postear 3 noticias en el 'home'.
- **Cultura:** Actividades y noticias relacionadas con la cultura, también cuenta con 3 espacios en 'home' para desarrollar temas.
- **Entretenimiento:** Farándula, moda y noticias sobre el mundo del espectáculo, cuenta con 3 espacios en el 'home' para desarrollar temas.
- **Vida moderna:** En esta sección se redactan noticias de salud y de nuevas tendencias tecnológicas, cuenta con 3 espacios en el 'home' para el desarrollo de estos temas.
- **Blogs:** Temas de ciudad, de política, de entretenimiento, salud y hasta ortografía, son abordados por expertos que por medio de su opinión construyen un columna que semanalmente es renovada.

Figura 11. Pantallazo. Imagen de Secciones



1.2.2.6 Judicial. Todo lo que se relacione con noticias de orden público, capturas de delincuentes, asesinatos, conflictos, etc., se publican en esta sección. La discreción en el uso de la imagen es fundamental para el desarrollo de estas noticias.

Figura 12. Pantallazo. Imagen de la sección Judicial



1.2.2.7 Mundo/Actualidad. Nuevas tendencias en el mundo, Colombia, la región y la ciudad; además de información que marca una tendencia en los medios de comunicación. Se exponen diversos temas las cuales son las que de cierta forma son las más destacadas.

Figura 13. Pantallazo. Imagen de la sección Mundo



1.2.2.8 Emisiones. Este sitio está destinado para compartir la emisión del Noticiero 90 minutos, de esta manera quién ingrese al portal puede observar una a una las notas que fueron trasmitidas en la emisión de 1:00 p.m. a 1:30 p.m.

Figura 14. Pantallazo. Imagen de la sección Emisiones



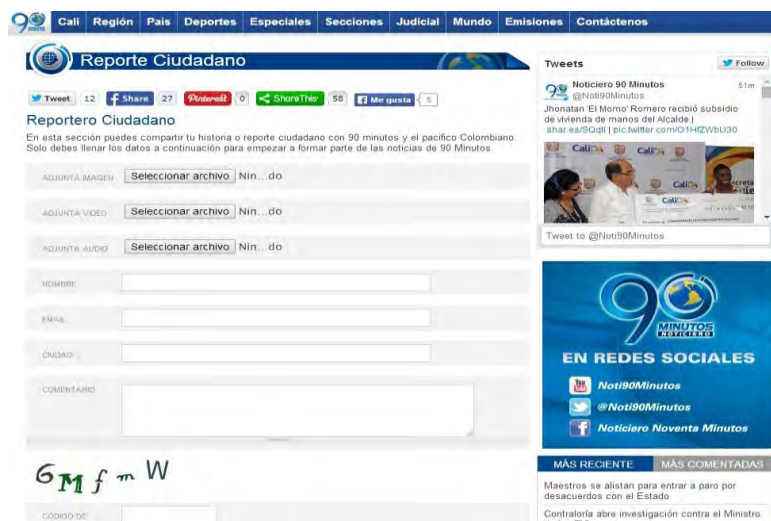
1.2.2.9 Contáctenos. En este botón se encuentra la información general y detallada de los periodistas y del Noticiero 90 Minutos. Es el vínculo que acerca el navegante a los reporteros.

Figura 15. Pantallazo. Imagen de la sección Contáctenos



1.2.2.10 Reportero Ciudadano. En este espacio la comunidad puede realizar sus denuncias esta herramienta además sirve como fuente para generar un desarrollo de noticias propuestas por los ciudadanos.

Figura 16. Pantallazo. Imagen de la sección Reportero Ciudadano



1.2.2.11 Entrevista de la Semana:

- Una entrevista que es realizada a un personaje público, sobre algún tema que fue noticioso e importante en el transcurso de la semana.
- La entrevista se publica el domingo y su duración en el home es de 2 días como máximo.

Figura 17. Pantallazo. Imagen de la sección Entrevista

[Cali](#) [Región](#) [País](#) [Deportes](#) [Especiales](#) [Secciones](#) [Judicial](#) [Mundo](#) [Emisiones](#) [Contáctenos](#)

Entrevista

Abril 28 2014

"No se necesita una nómina costosa para conseguir el ascenso"

Entrevista de la Semana

MINUTOS NOTICIERO
www.90minutos.co

En años anteriores el equipo realizó grandes inversiones en jugadores experimentados para buscar el ascenso...

Tweets

Noticiero 90 Minutos
@Noti90Minutos

Contraloría abre investigación contra el Ministro de las TIC | share.es/SQ8vU | 90minutos.co
pic.twitter.com/rGJ8WCLMSq

Tweet to @Noti90Minutos

MINUTOS NOTICIERO

EN REDES SOCIALES

[Noti90Minutos](#)

[@Noti90Minutos](#)

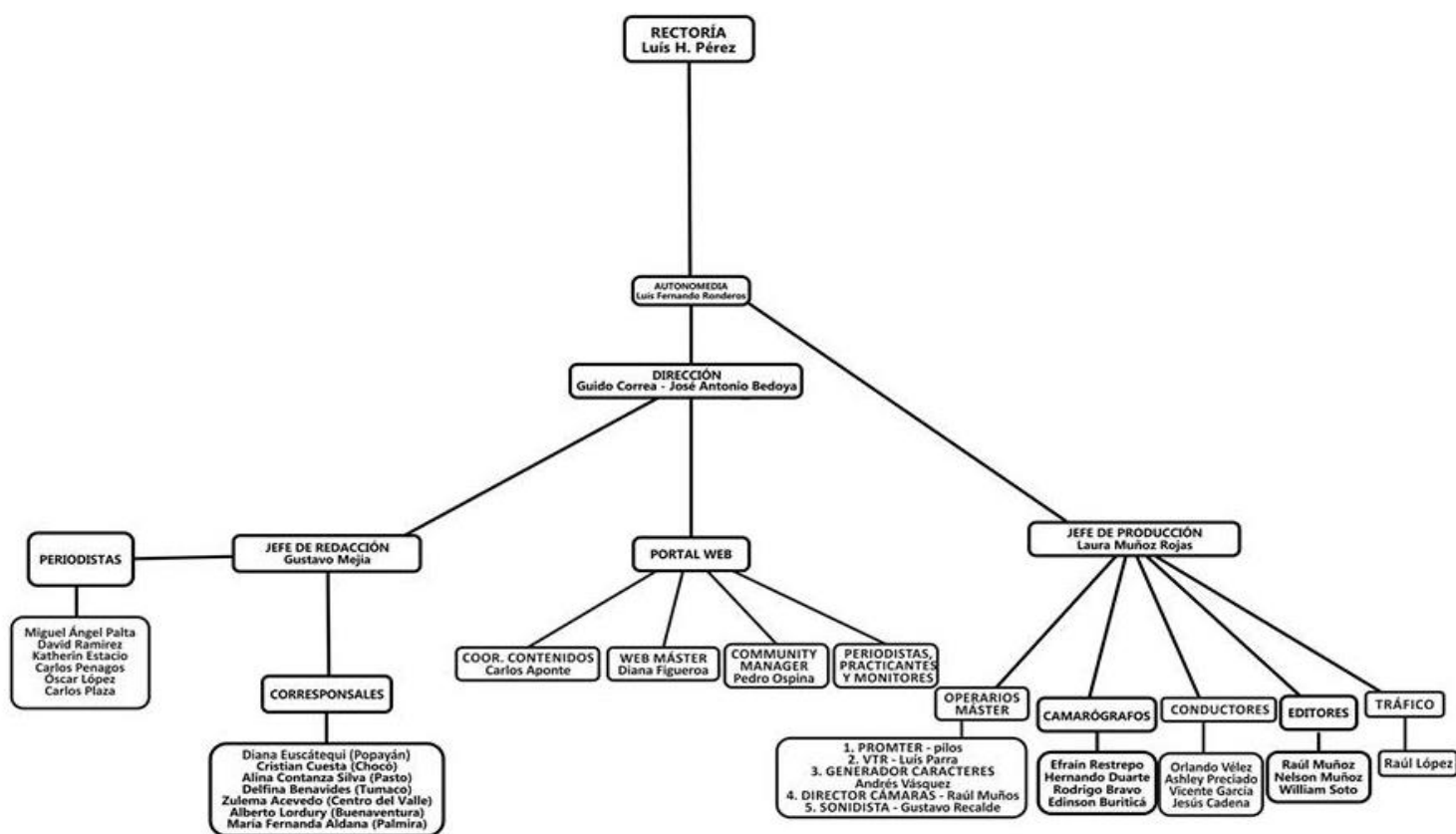
[Noticiero Noventa Minutos](#)

29

1.3 ORGANIGRAMA DE LA ORGANIZACIÓN

El noticiero 90 Minutos y su portal web están adscritos al Centro Académico de Producción de Medios de la Facultad Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente.

Figura 18 Organigrama general del Noticiero



1.4 IMAGENES DE LA ORGANIZACIÓN

El logo símbolo de 90 Minutos ha tenido varias transformaciones, pero actualmente el único permitido es el que se especifica en la figura 16 Y 17.

Figura 19 Logo del Noticiero 90 minutos



Fuente: Proporcionada por Procívica Tv

Figura 20. Pantallazo. Logo de www.90minutos.co



2 INTERESES DE LA PASANTÍA

2.1 INTERÉS ACADÉMICO PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE

Desarrollar esta Pasantía institucional en 90 Minutos, significó enfrentar un gran reto como profesional, ya que la creación del libro de estilo y de redacción para el portal web exigió poner en práctica todo el conocimiento adquirido durante el proceso estudiantil; es aquí donde apliqué las herramientas adquiridas en la carrera, abriéndome la posibilidad de tener comunión con un contexto periodístico real.

Además, me permitió a reforzar mi nivel de análisis gracias a las diversas investigaciones que he realizado a diversos autores que han escrito sobre medios digitales.

El objetivo primordial de este proyecto, es básicamente es dejar un libro que sirva de guía práctica a los periodistas de la página, la cual les indicará la forma correcta de producir contenidos, redactar textos, hacer adecuado uso del lenguaje audiovisual, etc.

2.2 INTERÉS PROFESIONAL QUE TUVO LA PASANTÍA PARA EL ESTUDIANTE

Empezar a comprender la verdadera labor del periodista dentro de un medio informativo, entender la importancia que de la escritura y gramática en un texto periodístico, ya sea una nota, un artículo, una columna; vivir el acontecer diario y rutinario de las noticias, aporta en gran medida a mis conocimientos como profesional, puesto que hay ciertas particularidades en ésta que no se enseñan en la academia.

Logré poner en práctica todas las herramientas y todo lo que durante cinco años me enseñaron en la Universidad.

En pocas palabras, la experiencia de hacer parte del Noticiero 90 Minutos y su portal web www.90minutos.co, fue enriquecedora gracias a todo el conocimiento adquirido y más cuando se le deja una herramienta tan importante como lo es el Manual de Estilo y Redacción.

2.3 INTERÉS LABORAL QUE TUVO LA PASANTÍA PARA EL ESTUDIANTE

Mediante el desarrollo investigativo y análisis de diversas labores dentro del campo periodístico (reportería, indagación, redacción, etc.) me acerqué mucho a la realidad de un periodista, es decir, conseguí satisfactoriamente una conexión al mundo laboral y trabajar a la par de profesionales.

Hacer parte de 90minutos.co me permitió acrecentar mi nivel de competitividad, de trabajo en grupo, la capacidad de pronta reacción a posibles dificultades en el proceso periodístico del día a día.

2.4 INTERÉS Y APOORTE PRODUCTIVO PARA LA ORGANIZACIÓN DONDE SE DESARROLLARÁ LA PROPUESTA

Según Guido Correa, director del noticiero, la ética de 90 Minutos “es la de defender los principios de independencia, imparcialidad, responsabilidad y servicio público”. Por eso, según él, este informativo regional “se ha consolidado, durante sus 24 años de existencia, como la oferta informativa más importante del occidente colombiano y como el noticiero regional más visto en Colombia, como lo sustentan los informes de Ibope durante mucho tiempo”.

Es claro que cualquier medio de comunicación no solo responde a unos intereses informativos sino asociados a políticas, ideologías e interés particulares o gremiales, en ese sentido el noticiero 90 minutos hace aparte de una institución y un grupo de interés de la ciudad de Cali.

Correa asegura que: “para los periodistas, el personal técnico y el administrativo que realizan el Noticiero 90 Minutos es una obligación garantizar el derecho de los ciudadanos a recibir información responsable e independiente que propenda por el desarrollo integral de la Región Pacífico y el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes, por eso el diseño de su continuidad incluye el desarrollo de temas que les interesan a todos sus públicos como orden público, política, economía, salud, deportes y entretenimiento”.

Por su parte, Carlos Aponte indicó que “en cumplimiento de su misión de ser un medio informativo de alto impacto local, regional y nacional; con una proyección hacia otros países, el noticiero cuenta con un portal de noticias diseñado para que los ciudadanos que estén en cualquier parte del mundo interesados en la información de la Región Pacífico puedan acceder e interactuar con ella”.

Correa complementa lo anterior diciendo que “para lograr nuestra misión, debemos trabajar con calidad, capacitar los periodistas web, que en muchos casos serán estudiantes (monitores o practicantes) viendo al portal como una oportunidad de generar un espacio de aprendizaje y no hay mejor forma de lograrlo, que tener guías útiles, políticas claras y difundirlas entre los periodistas y los estudiantes”.

En síntesis, la Universidad en conjunto al noticiero 90 Minutos, logra mantener un prestigio considerable ante otras instituciones y medios informativos, logra estandarizar el nivel jerárquico que la ha hecho sobresalir en el país.

3 ANTECEDENTES

3.1 DISCURSOS Y REDACCIÓN DE TEXTOS EN INTERNET

Es importante tener presente que el discurso de un texto o artículo noticioso es distinto en radio, prensa y la televisión, partiendo de esto, se puede decir que Internet como nuevo medio de comunicación no es excepción a esta regla. Ahora bien, los múltiples recursos que brinda Internet son determinados por la diversidad de los sitios web que lo complementan.

Sin embargo hay aspectos tradicionales que tienen vigencia y una aplicabilidad en lo digital lo cual es un hecho asombroso según lo destaca Guillermo Franco, en su libro ¿cómo escribir para la web?¹²

En marzo del 2008, Roy Peter Clark, docente del Poynter Institute, Centro de Investigación y Educación en periodismo con sede en Florida, Estados Unidos, incluyó a la pirámide invertida que plantea Franco en un listado de “maravillas del mundo periodístico”. La línea que explicaba la escogencia decía simplemente: “Como las pirámides de Egipto, ha pasado la prueba del tiempo”. Irónicamente, esta designación se produce en un momento en el que en muchas redacciones del mundo se dice que la pirámide invertida está pasada de moda, es decir, ha sido superada por otras técnicas narrativas –posición absolutamente controvertible–. En algunos casos, el resultado de utilizar estas técnicas narrativas es tan pobre (en esencia, diluir la información), sobre todo en el ambiente ‘online’, que nos permitirían hablar de la transición “de la pirámide invertida a la pirámide perversa”.

Es claro que la comunicación en medios digitales está asociada a un tiempo corto y si no logramos engancharla a ese nuevo medio, simplemente se quedará en la antigüedad informativa, por lo tanto las personas quieren saber lo más pronto posible qué pasa y en ese caso la pirámide invertida es clave.

Ahora no solo se trata de la forma, incluso de una forma tradicional con nueva vida, sino del fondo y en ese sentido el lingüista Van Dijk da a conocer tres dimensiones principales del discurso de la Internet: el uso del lenguaje, la cognición y la interacción en diferentes contextos tanto de la sociedad como de su propia cultura.

¹² FRANCO, Guillermo. ¿Cómo escribir para la web? [En línea] The University of Texas at Austin [Consultado el día 3 de agosto de 2013]. Disponible en Internet: https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

Al igual que diversos autores, Dijk dirige su mirada a una herramienta de escritura y lectura no secuencial, el hipertexto, direccionada al interés del lector dentro sitio web propiamente interactivo.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta en lo digital son los patrones de lectura como lo explica Jacob Nielsen, “Utilizando la tecnología del EyeTrack, en el año 2006 encontró lo que denominó un patrón en forma de F (F-Shape Pattern for Reading Web Content), con tres componentes: un movimiento horizontal en la parte superior del área de contenido; un segundo movimiento horizontal un poco más abajo y más corto que el anterior; finalmente, un movimiento vertical en la parte izquierda de la pantalla. Nielsen advierte que el patrón en F algunas veces adquiere la forma de E, e incluso de L invertida, con la barra horizontal en la parte superior de la pantalla”¹³.

El hipertexto es relativamente la nueva frontera tecnológica de la escritura, supone una nueva gramática. Permite organizar la información en unidades de sentido que se relacionan a través de enlaces y cada escenario puede contener información textual, sonora o visual, o una combinación de todos esos elementos conocido como hipermedia.

La hipertextualidad se asemeja al modo en el que funciona el pensamiento humano –por asociación de ideas– y permite que los usuarios puedan elegir sus propios trayectos de lectura.

De acuerdo con lo anterior, resulta importante dejar claro que las posibilidades de lo digital y la participación de los ciudadanos en la consecución de información han permitido una mayor rapidez en la información, incluso llevando a los integrantes de una comunidad a ser reporteros, reporteros ciudadanos.

Así lo confirman en el manual de un medio digital regional como el de Cordoba.com “Al superar las limitaciones materiales de los soportes tradicionales, la noticia en los medios digitales se ha convertido en un género que permite al lector elegir la profundidad a la que quiere llegar en el conocimiento de un asunto (Sandoval, 2001).

En Internet el mensaje informativo debe ofrecerse en pequeñas piezas. Las noticias deben ser directas e inmediatas, con alcance global pero haciendo foco en el contexto local: la provincia de Córdoba.

¹³ NIELSEN, Jacob. F-Shape Pattern for Reading Web Content. [En Línea] Nielsen Norman Group [Consultado el 5 de agosto de 2013] Disponible en Internet: <http://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>

3.2 HISTORIA DE LOS LIBROS DE ESTILO Y REDACCIÓN

El origen de los manuales de estilo y redacción es reciente dentro de la historia de la comunicación. El análisis hecho, atribuye que esta herramienta (libros de estilo y redacción) proviene de Estados Unidos, con la producción del primer manual de estilo por parte de la Universidad de Chicago en el año de 1906 (siglo XX)¹⁴. A partir de esta fecha, la Universidad de Oxford dio origen a su libro de estilo “Hart’s Rules for Compositors and Readers at the Oxford University Press”¹⁵, publicado meses después. En 1982 rebautizaron el libro como ‘The Chicago Manual of Style’ y continuaron publicando varias ediciones hasta el 2010. Luego, muchas universidades y empresas comunicativas siguieron creando libros que los ayudaran a estipular unas normas gramaticales.

De los libros de estilo existen muchas definiciones concertadas por diversos autores y expertos en el tema de escritura y normas, pero lo que sí es cierto es que los libros o manuales de estilo y redacción cumplen un mismo objetivo y han ido evolucionando a lo largo de la historia, debido a las modificaciones y anexos que le han ido haciendo los medios informativos.

Una de esas modificaciones (al parecer la más importante) fue el cambio de idioma al español, con el fin de poder ser implementado en los países hispanohablantes. Alberto Gómez Font, filólogo y excoordinador general de la fundación del Español Urgente de España, dice que “el primer libro de estilo que se tradujo del inglés al español fue el Manual de la revista Selecciones (Normas generales de redacción)”¹⁶.

“Tiempo después, en 1964, surgió en México un Manual de Noticias Radiofónicas, del que sólo conozco el título y el autor, y diez años más tarde, en 1974, apareció en Buenos Aires un libro titulado Normas de estilo periodístico de cuya existencia sé porque aparece citado en alguna bibliografía”¹⁷, argumenta Gómez Font en su texto.

En 1975, la Agencia EFE empezó a indagar sobre este fenómeno. Para 1976 creó y publicó el Manual de Español Urgente (MEU) y desde entonces ha creado varias ediciones de esta herramienta que en la actualidad se ha constituido en la Fundación del Español Urgente (FUNDEÚ)¹⁸.

¹⁴ TORRIJOS ROJAS, José Luís. Bases para la formación de un buen libro de estilo de última generación. Tesis de doctorado, España Universidad de Sevilla.

¹⁵ Ibid., Pág. 67

¹⁶ FONT GÓMEZ, Alberto. Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: [En línea] Universidad Complutense de Madrid [Consultado el 6 de agosto de 2013]. Disponible en: https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/ele/g_font.html

¹⁷ Ibid. Disponible en: https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/ele/g_font.html

¹⁸ AGENCIA, Efe. Historia de Manuales De Estilo EFE: [En Línea]. Consultado el 10 de agosto de 2013. Disponible en: <http://www.efe.com/efe/queesefe/historia/espana/1>

Esta herramienta ha sido implementada tanto en medios de comunicación como por grandes empresas, con el propósito de ayudar al periodista o miembros de la organización a seguir un formato para la adecuada y excelente redacción y producción de contenidos, y así genera un lineamiento que promueve el fortalecimiento de la identidad.

Por tal motivo, cada medio tradicional y digital, debe contar con un libro de estilo y redacción puesto que éste será aquél que defina el “conjunto de normas que regulan los usos expresivos de un medio de comunicación”¹⁹.

Sumando lo anterior, el Diccionario del Español Actual denomina un libro de estilo como “el libro de normas de redacción en los productos comunicativos”²⁰.

En el mundo hay expertos que definen esta herramienta como un factor fundamental para el buen desarrollo del medio.

“Los libros de estilo son uno de los tres tipos de publicaciones que a lo largo de la historia, han puesto de manifiesto la necesidad de uniformar criterios en lo que se refiere a aspectos de la escritura técnica y profesional”²¹, afirmó José Martínez de Sousa en su Manual de Estilo de la Lengua Española.

Por su parte, Víctor Claudín y Héctor Anabitarte, denominan el término estilo, en su “Diccionario General de la Comunicación”, como “la manera de escribir del periodista que lo individualiza y lo caracteriza”.²²

Al llegar a este punto, www.90minutos.co, a pesar que es un medio reciente originario del noticiero más visto a nivel regional, no cuenta con una guía práctica que le ayude al lineamiento de contenidos, implementación correcta del lenguaje, coherencia, validez, credibilidad en el proceso informativo y lo más importante, una identificación de la plataforma tecnológica en la que se desenvuelve, por lo que se inicia con la elaboración de un libro de estilo y redacción para este medio.

Finalmente, para argumentar más a fondo lo planteado, se realizó un barrido por los Trabajos de grado relacionados, ya sea en objetivos, en metodología o en productos propuestos con el que ese presenta en este informe final.

¹⁹ Real Academia Española. (2013). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

²⁰ SECO, MANUEL. Diccionario del español actual. Aguilar. Madrid. 1999. Pág. 2.014

²¹ MARTÍNEZ DE SOUSA, José. Manual de Estilo de la Lengua Española. 2da edición. Pág. 34

²² CLAUDÍN, Víctor. ANABITARTE, Héctor. Diccionario General de la Comunicación. Pág. 83

Uno de ellos es la 'Propuesta para la elaboración e implementación de un manual de estilo comunicacional para Ecopetrol', realizado por Johana Jaramillo González, egresada de la Universidad Autónoma de Occidente en 2009. Si bien los mensajes que se emiten desde Ecopetrol difieren de los periodísticos que se transmiten en 90 Minutos, es el producto (un manual de estilo) en donde ese Trabajo de grado se convierte en un antecedente válido para esta investigación.

La investigadora detectó un problema comunicativo en Ecopetrol debido a la incoherencia de los mensajes referentes a la empresa, sin formato alguno para la correcta redacción y elaboración de textos informativos.

A partir del análisis de otros manuales de comunicación corporativa, estilo y redacción ya existentes, de entrevistas, reuniones, conferencias, estudio de otros documentos, manuales y autores se experimentaron nuevas propuestas comunicativas y se produjo el manual de estilo y redacción para Ecopetrol, y la estandarización de los mensajes comunicativos externos de la empresa.

Otra de las propuestas que se escogió para el desarrollo de esta pasantía, ya que está relacionada directamente con el noticiero, es la tesis 'Diseño de un Manual de Procedimientos de Producción Audiovisual para el noticiero 90 minutos de Telepacífico', propuesta planteada y desarrollada por Laura Muñoz Rojas, egresada de la Universidad Autónoma de Occidente.

Basada en un profundo análisis a diversos autores como Guillermo Sierra con su libro "Principios básicos del lenguaje audiovisual", Gianni Vattimo con su libro "La sociedad transparente" y al medio en cuanto a realización y producción, se encontró una falla en los procesos en el uso del lenguaje poniendo en riesgo la imagen vs el audio. Esto daba pie a una mala recepción del mensaje por parte de los televidentes.

Acorde con lo anterior, se realizó la estructuración del manual de procedimientos para el noticiero 90 Minutos, dejando claro que la creación de este manual ayudará al fortalecimiento de identidad del noticiero, logrando identificar y formalizar un esquema de trabajo así como definir el estilo de realización para un mayor rendimiento y efectividad en el uso del espacio laboral y de recursos dentro del noticiero.

No sólo se investigó trabajos nacionales, sino también se realizó un profundo análisis al Manual de Estilo de Redacción Web para el Sol de Margarita de Venezuela, donde se detectó que debido a los avances tecnológicos y la incursión de los medios tradicionales a éste, el Sol de Margarita a pesar de

contar con un portal web, no contaba con un manual de estilo y redacción, que les sirviera de guía a los periodistas al momento de redactar y producir contenidos digitales; es de ahí donde surge la creación de dicho manual.

Por su parte, Carolina Ayala, egresada de la Universidad Autónoma de Occidente realizó un trabajo similar al que se pretende realizar para 90minutos.co, el cual fue la Revisión Documental y Testimonial a Nivel Nacional e Internacional para la Estructuración del Manual de Estilo del Periódico Universitario El Giro de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo: Universidad Autónoma De Occidente.

Ayala, por medio de su indagación del periódico, detectó que el ‘El Giro’ es una herramienta clave para el desarrollo de periodistas en formación. La investigación se realizó por medio del enfoque histórico-hermenéutico con un método cualitativo, haciendo estudios a diversos artículos, libros, etc., que dieran un respaldo válido a la investigación.

3.3 OTROS MANUALES DE ESTILO Y REDACCIÓN

Guillermo Franco, periodista y experto en escritura para sitios web, creador del libro “¿Cómo escribir para la web?”, expresó que son muchos los libros de estilo que se han creado para los medios tradicionales, incluso para sitios web, sin embargo, afirma que hasta ahora no existe un manual concreto para un medio de comunicación digital.²³

Los siguientes manuales fueron utilizados como fuente para la investigación de este proyecto:

- Manual de estilo de El País de España (*)
- Libro de redacción de La Vanguardia
- Libro de estilo del diario El Mundo
- Manual de estilo para la redacción de textos científicos y profesionales
- Libro de estilo La Voz de Galicia

²³ Entrevista realizada al periodista colombiano Guillermo Franco. Universidad Autónoma de Occidente. Febrero 19 de 2014.

- Manual de estilo Canal 22
- Manual de estilo de redacción web para El Sol de Margarita
- Normas de estilo de lavoz.com.arycordoba.net.
- Manual de estilo multimedia para El Universal
- Manual de estilo del Diario Hoy
- ¿Cómo escribir para la web? (*)
- Manual de estilo periodístico Unipe
- Manual de noticias radiofónicas (*)
- Normas de estilo periodístico
- Manual de estilo y ética periodística de la Universidad Autónoma de Occidente (*)²⁴

De los manuales mencionados, los que están marcados con asterisco (*), han sido usados para la adecuada construcción del manual de www.90minutos.co; el resto fue objeto de estudio para comprender a fondo sobre la importancia que tiene esta herramienta en los nuevos medios.

²⁴ De los manuales mencionados, los que están con asterisco (*), han sido usados para la adecuada construcción del manual de www.90minutos.co ; el resto fue objeto de estudio para comprender a fondo sobre la importancia que tiene esta herramienta en los nuevos medios.

4 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El periodismo digital ha ido supliendo las expectativas de cada una de las personas adscritas a los diferentes medios de comunicación existentes, es decir, ha ganado gran acogida por parte de éstos, ya que se ha manifestado como una nueva forma de hacer periodismo.

En su libro “El periodismo digital, una nueva etapa del periodismo moderno”, Diego Alonso Sánchez Sánchez plantea que a partir de que los medios tradicionales comenzaron a incursionar en lo digital se marcó un punto referencial en la historia, que muchos denominan ‘nuevo periodismo’²⁵. En otras palabras, la implementación de códigos, programas de búsqueda, sistemas de estructuración digital, la hipervinculación, entre otras cosas que hacen que la labor informativa tenga una dinámica diferente, con mayor seguimiento por parte de los lectores y con una inmediatez en doble vía. Sin embargo, Sánchez afirma que no se trata de un nuevo periodismo, simplemente es poner en función la base del periodismo tradicional en lo digital.

“Si se mira en su fondo es posible advertir que el periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo. Por el contrario, se trata del retorno a la esencia del oficio, a la del periodismo clásico, al nacimiento propio de la profesión”²⁶.

Escribir para la Web, significa en gran parte, regresar a dos de las bases del oficio periodístico: la buena redacción y la buena edición. El resto, definitivamente en una menor proporción, está determinado por las particularidades de este nuevo medio.

“A pesar de lo simple que resulta enunciar esta fórmula, es un hecho comprobable que son pocos los que han recorrido el camino de la escritura para la Web, bien sea por desconocimiento, indiferencia o franca renuencia. La víctima de ello siempre ha sido el usuario, muchas veces sacrificado para proteger injustificadamente el ego de un autor”²⁷.

En general, cada uno de los medios tradicionales (radio, prensa, tv), cumplen a su manera la labor de informar, no obstante, éstos ya implementan una nueva forma de generar noticia encadenado al mundo; el uso de una página web, les

²⁵ SÁNCHEZ SÁNCHEZ Diego Alonso. El Periodismo Digital. Una nueva etapa del periodismo moderno: [En Línea]. Consultado 10 de agosto de 2013. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-44492007000100010&script=sci_arttext

²⁶ Ibid.

²⁷ Entrevista realizada a Guillermo Franco. Experto en escritura en medios web. Febrero 19 de 2014.

brinda la posibilidad de ampliar su rango informativo, adquiriendo características como inmediatez, eficacia, interacción, comunión, entre otros.

Se deben tener en cuenta tres aspectos que son fundamentales en cualquier medio de comunicación digital como se plantea en el manual de Córdoba.com:

- **Interactividad.** Los recursos interactivos permiten la implicación activa del usuario con **LAVOZ.com.ar**, abriendo nuevas posibilidades de lectura y lecturaescritura.

En el sitio, la información está migrando en forma progresiva de un modelo unidireccional (emisor > receptor) a otro de doble vía o bidireccional. Así, emisores y receptores intercambian roles, cristalizando sistemas de *feedback* más dinámicos y globales. La interactividad reúne todo aquello que el usuario puede “hacer” y “usar” en el medio *on line*, dándole así amplia libertad para configurar su propio mensaje. Se trata de un tipo de construcción distribuida, no centralizada. La interactividad es un nuevo modo de relación, favorece el diálogo con los lectores y permite conocerlos mejor.

- **Multimedia.** La integración de texto, audio, imágenes, video y animaciones convierten a **LAVOZ.com.ar** en un metamedio de comunicación.

A través del soporte digital, se pueden aprovechar las ventajas de todos los medios en uno para presentar la información: el sonido permite escuchar de modo directo a los protagonistas de la historia, al igual que la radio; las imágenes en movimiento trasladan al usuario al lugar de los hechos, como la TV; y el texto escrito aporta la rigurosidad de los datos y la profundidad, como en la prensa gráfica.

El lenguaje multimedia enriquece el acercamiento del usuario con la realidad, involucrando todos sus sentidos. Las noticias en el sitio deberán tender progresivamente hacia una mayor integración multimedia.

- **Tiempo real.** La posibilidad de actualizar la información las 24 horas, siete días por semana y 365 días del año ha modificado la cultura de cierre que hasta ahora conocíamos (periodicidad) y produjo un aceleramiento en el ciclo de las noticias.

Se trata de una cultura del “directo permanente”. Mientras en el diario las noticias se escriben en un ciclo de 24 horas, en **LAVOZ.com.ar** el promedio de producción y publicación no debe superar los 30 minutos, en sintonía con los estándares que ya funcionan en medios nacionales e internacionales.

La velocidad de producción, sin embargo, debe respetar criterios de calidad de la información que se mantienen inalterables en nuestra profesión y la necesaria verificación de hechos y certificación de fuentes. En el entendimiento de que la credibilidad sigue siendo el mayor capital de un medio, cualquiera sea su soporte, en ningún caso podrá priorizarse “velocidad” sobre “calidad”.

“Hoy día los sitios web se han convertido en una de las opciones de mayor consulta y divulgación para la sociedad actual, como también uno de los medios de comunicación rápidos y entretenidos”²⁸.

Así mismo, los medios digitales denotan un alto nivel de responsabilidad, puesto que deben suplir la necesidad de la audiencia, es decir, mantenerla constantemente informada ya que comprenden un amplio espacio informativo (24/7). De aquí parte la credibilidad y confianza por parte de la sociedad hacia el medio.

Es aquí donde www.90minutos.co entra a jugar un papel fundamental dentro de la organización; que a pesar del poco tiempo que lleva en función, es un escenario que le ha cumplido a la sociedad por medio de la inmediatez, veracidad y responsabilidad, es decir, manteniendo informado al público las 24 horas del día, siete días a la semana, cuyo fin es fortalecer la necesidad informativa del público seguidor de las emisiones del noticiero.

“Debido al impacto que ha tenido el noticiero, tenemos la necesidad de hacer parte de las nuevas tendencias tecnológicas”²⁹.

Mediante indagaciones hechas a [90minutos.co](http://www.90minutos.co), se logró denotar la ausencia de un recurso que guíe al periodista web durante su proceso, que le ayude a realizar un buen desarrollo de labor. Partiendo de este punto, se concluye que es necesario poseer un libro que les indique cómo se debe realizar el proceso en su labor diaria, una herramienta que puedan poner en práctica constantemente al momento de desarrollar, redactar, exponer una noticia.

²⁸ MEDRANO TIRADO, Betty del Rosario. VILLALBA BUELVAS, Maricely. Diseño e implementación de un sitio web como medio de comunicación interactiva para promocionar y fortalecer los procesos de formación pedagógicos de la institución educativa escuela normal superior de corozal utilizando dreamweaver. [En línea] Fundación Universitaria del Área Andina [Consultado el 10 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://maricelybetty.galeon.com/textos/PROYFINAL.pdf>

²⁹ Entrevista realizada al periodista del noticiero 90 Minutos, Carlos Penagos. Universidad Autónoma de Occidente.

El objetivo principal de un libro de estilo y redacción, es servir de guía práctica dentro de un medio de comunicación, orientando a los periodistas en el desarrollo de su labor diaria. “Unas normas estilísticas, o normas particulares y propias del trabajo periodístico, referidas al comportamiento de los periodistas, cuya labor es la de cumplir con una función social entre los acontecimientos y los lectores”³⁰.

“Nuestra página web www.90minutos.co debe ser un medio bien estructurado, con una imagen de calidad, veracidad, credibilidad y que cumpla con el lineamiento de estilo del noticiero como tal”³¹.

A lo anterior se le añade la incursión de los medios a la evolución del lineamiento tecnológico en cuanto al discurso se trata, es decir, las tecnologías están en un cambio constante por lo que genera que la forma de informar también cambie y evolucione con el tiempo.

Consecuente a esto, el libro de estilo y redacción será una herramienta clave y de gran valor para brindar a la organización una consolidación más fuerte entre los periodistas del noticiero y los periodistas web, generando así, una imagen más sólida como medio informativo de manera interna.

Así mismo, acorde con un análisis hecho, se manifiesta la ausencia de un libro estilo y redacción, que permita delinear los parámetros lingüísticos de los productos o contenidos audiovisuales, lo cual pone en riesgo la afinidad de estilo, es decir, al no existir una guía, se puede perder la comunión que existe entre el lenguaje - periodístico, con el lenguaje común de la sociedad.

Con el reconocimiento que tiene el noticiero 90 Minutos y el portal web, el público está a la expectativa de ver un producto de alta calidad, por tal motivo, se considera importante la creación de un libro de redacción que ayude al portal web de 90 Minutos a mantener una linealidad en la escritura de los textos, cumpla con las políticas editoriales que rigen al medio y que se convierta en un elemento de identidad en los productos periodísticos de dicho portal, el cual se basa en la responsabilidad social, veracidad, imparcialidad y eficacia. Es importante la influencia que tiene el ámbito político, económico y social en el buen desarrollo de un medio visto como negocio para sus benefactores o propietarios.

³⁰ESPINOZA HAMDAN, Ricardo Alberto. Universidad Dr. José Matías Delgado [Consultado el 23 de agosto de 2013] Disponible en Internet: <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/COM/ADET0000477.pdf> [citado el 23 de agosto de 2013]

³¹Entrevista realizada al jefe de redacción del noticiero 90 minutos, Gustavo Mejía. Universidad Autónoma de Occidente.

4.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA O PREGUNTA PROBLEMA

¿Qué contenidos y bases conceptuales se deben tener en cuenta para la elaboración del libro de estilo y de redacción periodística de 90minutos.co, que sirva de guía práctica en cuanto la producción de contenidos web (texto, video, imágenes, etc.) por parte de los periodistas adscritos a la página del noticiero?

5 OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el libro de estilo y redacción de www.90minutos.co, que permita la unidad narrativa y a su vez la imagen e identidad de la página web del noticiero 90 Minutos, mediante el análisis de diversos autores, libros y documentos relacionados.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer un marco conceptual de prácticas y estilos para ser aplicados por los periodistas adscritos la página web del noticiero 90 minutos.
- Relacionar las políticas editoriales de 90 Minutos con las nuevas formas de producción de información periodísticas en medios digitales.
- Determinar los elementos narrativos que influyen en la correcta construcción de los contenidos periodísticos web.

6 JUSTIFICACIÓN

“A partir de esta era digital, en la cual los medios tradicionales incursionan en los nuevos medios, surge la importancia de contar con un libro o manuales de estilo y redacción que oriente a los periodistas en el excelente desarrollo de contenidos multimedia, ya que es allí donde se definen las políticas, responsabilidades, estilo, discursos tecnológicos y funciones que rigen al medio”³².

De acuerdo con estudios y entrevistas hechas durante el proceso investigativo, en Colombia son escasos los trabajos de grado tipo pasantía que se basen en el análisis documental y conceptual para la elaboración de un manual de estilo y redacción que guíe a los periodistas al desarrollo de contenidos mediante un discurso tecnológico. De aquí nace la relevancia que de esta investigación dando como resultado un producto como aporte académico y práctico para 90Minutos.co y a todo tipo de medio u organización que cuente con un sitio web.

La importancia de los noticieros y sus respectivos portales web dentro de la sociedad en que se desarrollan, está en que son la fuente informativa para todos, ya que la audiencia o público seguidor del medio confía en estos, pues ven sus problemáticas diarias reflejadas en ellos.

Los portales web de un medio ganan mayor acogida debido a que genera o promueve información 24 horas al día, es decir, abarcan mayor audiencia gracias a su producción en tiempo real. Hoy por hoy, los nuevos medios se han convertido en el ente regulador y veedor de los procesos sociales, políticos y culturales.

En síntesis, la importancia de la elaboración de un libro de estilo y redacción para el portal web de 90 Minutos, se focaliza en el abordaje de temas especiales que le permita optimizar su proceso discursivo y desarrollo de contenidos multimedia acorde a la plataforma tecnológica y al periodismo web 2.0, lo cual conlleva a tener criterios unificados, información más útil, veraz, clara, oportuna y de interés a la audiencia en general, es decir, seguidores del noticiero y de la página.

³² Entrevista realizada al periodista y experto en escritura en nuevos medios, Guillermo Franco. Abril 15 de 2013.

7 MARCO DE REFERENCIA

7.1 MARCO CONTEXTUAL

La Pasantía institucional, consecuente con la creación de un libro de estilo y redacción para el portal web del noticiero 90 Minutos, emitido de lunes a viernes por el canal regional Telepacífico de 1:00 pm. A 1:30 pm. Esto gracias a la unión temporal entre Procívica tv y la Universidad Autónoma de Occidente en el año 2005. Telepacífico cuenta con tres noticieros: Noticiero 90 Minutos, Noticiero +Pacífico y Noti5.

El marco contextual se abordó desde cuatro niveles en que se encuentra la actividad periodística de 90 Minutos: el nivel contextual que es el nivel de juicios y decisiones para comparar y evaluar la noticia; nivel textual, que es el modo como se ordenan los datos, títulos y sumarios; el nivel tecnológico, que aborda todo en cuanto al uso de recursos, herramientas y programas útiles para el discurso dentro de sitios web; y el nivel estilístico, que corresponde a los rasgos específicos del estilo informativo. A partir de ahí, la pasantía institucional es consecuente a la creación del libro de estilo y redacción del portal Web de 90 Minutos.

El noticiero 90 Minutos cuenta con dos tipos de audiencia, la primera son los televidentes naturales, los que prefieren informarse por medio de las emisiones diarias, la segunda, son los visitantes de la red, los que se definen como comunidad global. Por esta razón, los temas que se exponen están enfocados a todas las personas de diferentes niveles académicos.

Podría decirse que una sola persona sería capaz de encargarse del portal web de 90 Minutos, sin embargo, Guido, su director, cree pertinente que sea un grupo de varios periodistas (estudiantes 'pilos') sean los responsables de cada producto, contenido, nota, etc., expuesto en la web. Como el portal es espacio de tiempo completo y de libre acceso, debe estar actualizado constantemente para así mostrar siempre información nueva.

A continuación, se expone la historia de tres páginas web que me parecieron apropiadas para el buen desarrollo de este proyecto:

7.1.1 www.elpais.com³³. Exactamente el 21 de julio de 1996, nace la versión digital del diario El País, de la ciudad de Cali, impulsada también desde las directivas, especialmente, por Rodrigo Lloreda Caicedo, director en aquella época del periódico más leído del suroccidente colombiano.

Sin embargo, se tiene conocimiento de que unos meses antes de esa fecha, el periodista Alfredo García, editor nocturno y corresponsal de la red de noticias nacionales, Colprensa, seleccionaba las noticias más importantes del día y las direccionaba a Sistemas, área que a su vez las subía a una red, que al parecer era privada.

García vivió tiempos difíciles debido a la cantidad de responsabilidades que tenía en aquel momento, pues además realizaba un trabajo de edición de los artículos recopilados para ser publicados en la red.

No obstante, fue la periodista Catalina Villa, quien en ese entonces acababa de llegar de un viaje de estudios en París; Villa había indagado sobre el tema en Francia, la encargada de liderar la puesta en marcha de la página web, a la cual se accedió en un principio con el dominio www.elpais-cali.com, puesto que en aquella época www.elpais.com ya había sido adquirido, y no precisamente por el diario El País, de España.

Al principio, el dominio www.elpais.com fue adquirido por el diario El País de Montevideo, Uruguay, hecho que ocurrió porque el prestigioso diario español no renovó el dominio que ya había tenido entre sus manos. Luego no se sabe exactamente qué ocurrió con la propiedad de ese dominio y al final, efectivamente, fue adquirido por el diario español tras un litigio judicial.

Como en el caso de Eltiempo.com, la versión digital del diario El País también publicó en sus inicios solamente los contenidos del impreso. Las limitaciones técnicas de la época hacían más difícil dicho trabajo, en el que se procesaba nota por nota a medida que la redacción impresa las terminaba, a lo que se sumaba una lenta conexión a Internet vía módem lo cual hacía más tedioso el proceso.

Aun así, Villa logró que las noticias pudieran leerse por Internet antes de que salieran publicadas en el diario impreso, lo que tuvo gran acogida en la comunidad de caleños que vivían en el exterior, específicamente en Estados Unidos y Europa.

³³ Entrevista realizada al community manager de www.elpais.com, Javier Leandro Cortés Escobar. Periódico El País. Abril 23 de 2014.

Después de trabajar dos meses sola, Catalina Villa logró la contratación de un periodista más, con el que incursionó, quizás sin saberlo, en lo que hoy constituye un nuevo género del periodismo digital: la crónica simultánea, que tiene en el Minuto a Minuto uno de sus exponentes.

El ahora www.elpais.com.co fue el primer diario digital de Colombia en ‘narrar’ las jugadas claves de los partidos del fútbol nacional aprovechando con ello la interactividad que suponen los cibermedios, experiencia que ha marcado la trayectoria del sitio en Internet, reconocido hoy por su producción multimedia e interactiva. La versión digital del diario El País también fue la primera en lanzar una sección Multimedia en Colombia.

Gracias a una alianza con el noticiero regional 90 Minutos, del canal Telepacífico, los navegantes de la página web pueden acceder hace aproximadamente tres años a las noticias más importantes de cada emisión.

7.1.2 www.elpueblo.com.co. Contextualizando un poco, bajo el interés de diversos empresarios vallecaucanos en promover temas de intereses públicos y vinculados al ámbito político del partido liberal, como Manuel Rengifo Salcedo, Luís Carlos y Manuel Londoño, crearon el periódico “El Pueblo” en el año de 1975. Tiempo después, el periódico dejó de existir, pero la idea nunca murió.

Héctor Riveros, director del Instituto del Pensamiento Liberal, el tanque de pensamiento del Partido Liberal Colombiano llega a Cali en busca de un equipo de trabajo para hacer un medio de comunicación local, con temas de actualidad, no únicamente político, para difundir las ideas y causas liberales, no las del partido, sino las que filosóficamente conocemos como derechos de minorías, mujeres, homosexuales, medioambiente, entre otros. En concordancia, Riveros quería un proyecto multimedia, de convergencia de medios.

Después de 30 años de ausencia se retoma el periódico pero esta vez apostándole a un soporte digital que ampliara su gama informativa sin exclusión alguna, dando inicio así, en abril de 2012 al nuevo portal Web www.elpueblo.com.co. Se determinó que solo serían noticias locales porque la idea no era competir con los ya posicionados medios de comunicación, sino brindar algo más, con el único objetivo de registrar lo que pasa en Cali, eventualmente en la región, y lo que pasa con los caleños en el país y en el mundo.

7.1.3 Webnoticias. La idea de crear este medio surge el 1 de marzo del 2009, bajo los deseos personales de Armando Gamboa Peralta, creador y director del grupo Multimedios (Webnoticias). En su época de estudiante comunicación quiso trabajar en un noticiero, pero, al ver que las posibilidades eran nulas debido a la complejidad laborar que tiene esta profesión, decide dar inicio a este proyecto el cual les diera la posibilidad a muchos estudiantes en proceso de hacer parte de un medio que desarrollara noticias regionales en video.

En los inicios de Webnoticias, Armando Gamboa desarrollaba el papel de camarógrafo, reportero, editor, conductor, pasados dos meses, presentando un excelente contenido, las personas empezaron a interesarse por este nuevo medio, pues nadie creía o como vulgarmente se dice “nadie daba un peso por este proyecto”³⁴.

Principalmente, la idea era crear un noticiero virtual que fuese emitido a determinada hora, pero mediante a investigaciones hechas, se llega a la conclusión de que no era rentable imponerle al público un medio virtual a una hora determinada, decidiendo a partir de esa razón que lo mejor era montar las notas o los hechos noticiosos independientes para que los cibernautas logran ver lo que ellos querían a cualquier hora y desde cualquier lugar del mundo.

Siempre se ha trabajado bajo un formato audiovisual, aunque en algunas ocasiones, por falta de recursos se ha tenido que implementar textos e imagen, mediante una alianza que se tiene con elpueblo.com.co, exponiendo los contenidos bajo el mismo lineamiento periodístico que rige a Webnoticias, pero lo primordial para este medio es siempre tener la noticia en video (audiovisual).

Wilson Barco, periodista, productor y director de B&T Internacional, decidió hacer alianzas con Gamboa durante seis meses, lo cual impulsó un poco a Webnoticias dentro del campo informativo.

Webnoticias le apunta, al igual que muchos medios de comunicación, a estar dentro de los aplicativos que estén a la vanguardia tecnológica (dispositivos móviles) teniendo como fuentes las redes sociales más usadas por la sociedad.

El propósito que se tiene a futuro para Webnoticias es dar a conocer la noticia directo, es decir, tener la posibilidad de exponer un suceso en tiempo real.

³⁴ Entrevista realizada a Armando Gamboa, director de Webnoticias

Se escogieron estos dos medios porque se asemejan a 90minutos.co en cuanto al corto tiempo que llevan en funcionamiento, al reconocimiento que han logrado obtener por parte de la sociedad y otros medios de información.

7.2 MARCO TEÓRICO

7.2.1 Ejercicio periodístico. La labor principal del periodista es mantener informada a una sociedad bajo la imparcialidad, veracidad, legitimidad y de manera oportuna lo que acontece a su alrededor, es decir, dar a conocer un hecho noticioso independiente del nivel que sea a la ciudadanía, cumpliendo a cabalidad con el perfil periodístico en pro de la sociedad.

El periodismo cuenta con cinco instrumentos básicos responsables de la comunión existente entre información y sociedad planteados por Leñero y Marín en su libro "Manual de Periodismo"³⁵; en este caso, resaltaré dos, los cuales son la base del desarrollo comunicativo: en primer lugar tenemos a los medios de comunicación, prensa, radio, televisión; en segundo lugar está el periodista, siendo el más importante en este campo, pues es el que desarrolla la noticia, identificándose como columnistas, reporteros, editorialistas, etc.

Con el surgimiento de Internet como plataforma de interconexión en todo el mundo, se originó el nuevo periodismo, es decir, el periodismo digital. Como lo indica Ramón Salaverría: "El acontecimiento más relevante y perturbador del periodismo en los últimos años ha sido, sin lugar a dudas, la popularización de Internet. Y es que en la historia de la prensa pocas cosas hay tan singulares y excepcionales como el nacimiento de un nuevo medio de comunicación. Cuando ese fenómeno ocurre puede afirmarse que nace también un nuevo periodismo. Si se repasa la historia del periodismo, se comprueba en efecto que el nacimiento de un nuevo medio es un fenómeno rarísimo y puntual [...] Por eso, usted y yo podemos considerarnos privilegiados por haber asistido en esta última década a algo tan infrecuente e inesperado como el nacimiento de un nuevo medio"³⁶.

Como se planteó anteriormente el periodismo digital no pretende excluir al tradicional, más bien, se pretende revivir la esencia periodística, como lo menciona Diego Alonso Sánchez Sánchez: "Si se mira en su fondo es posible advertir que el periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo. Por el contrario, se trata del retorno a la esencia del oficio, a la del periodismo clásico, al nacimiento propio de la profesión. Lo que hizo la Red fue hacer que los periodistas se vieran obligados a volver los ojos hacia las bases históricas

³⁵ LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. Op. Cit. P.21-38

³⁶ SALAVERRÍA, Ramón. Citando en el texto Curso Seminario de Periodismo Digital de la Pontificia Universidad Gregoriana: [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.seminariovirtual.org/public/foro/pdf/perdigital2009.pdf> [citado el 10 de septiembre de 2013]

del periodismo: la investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización y el manejo de múltiples fuentes para presentar todas las caras de la moneda”³⁷.

7.2.2 Estilo periodístico. Cada medio informativo se caracteriza por la forma como exponen los mensajes en su labor diaria. De aquí parte el estilo por el cual se reconoce o destaca tanto el medio como los periodistas, sirviendo en gran medida a que la sociedad elija la forma cómo quiere ser informadas y a elegir también la información que consume.

En el libro “El estilo del Periodista”³⁸, Grijelmo apunta varios aspectos que sirven en la construcción de algún hecho noticioso. Dichos aspectos se especifican especialmente para la televisión, sin embargo, es posible aplicarlos a cualquier tipo de medio informativo, en este caso, un portal web.

7.2.3 Periodismo en la web. La aparición de Internet generó muchos cambios en el mundo, el crecimiento tecnológico conllevó a una evolución en la sociedad y en los medios informativos tal como lo mencionan en el ‘Libro de Estilo lavoz.com.ar’³⁹.

El primer acercamiento que tuvo Colombia al ciberespacio (Internet) fue para 1988 por medio de una red local (RDU) creada por miembros de la Universidad de los Andes, Bogotá. En 1994 se logra la conexión total de Internet en todo el país⁴⁰.

Debido a la masiva migración de los medios convencionales al mundo digital, ha despertado la necesidad y el interés tanto del periodista como del medio, de vincularse a fondo en los métodos comunicativos existentes en que le ayuden a puntear la vanguardia digital.

Sin lugar a dudas, la nueva tendencia de periodismo digital o en la web, ha logrado unirse de lleno al periodismo tradicional, sin que este último pierda su esencia informativa, sencillamente es modificar el modo de transmitir la información. Pero, ¿será que con solo escribir en un portal o en internet es hacer periodismo digital?, esta incógnita la aclara Diego Alonso, citando anteriormente: “se trata de una responsabilidad que les corresponde a los

³⁷ SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Diego Alonso, “El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno”. REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN - Vol. 4 No. 1. Pág. 68

³⁸ GRIJELMO, Alex. Op. Cit. p. 27-30, 157-300

³⁹ Manual de Estilo [En líneas] LaVoz.com.ar [Consultado el 1 de septiembre de 2013] Disponible en: archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/manual.pdf

⁴⁰ SALCEDO GÓMEZ Fernando. ‘Colombia: Historia de la Conexión de Uniandes a Internet’. [En línea] Wikipedia.org [Consultado el 6 de agosto de 2013] Disponible en Internet: http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_in_Colombia

medios que, para ser considerados de comunicación y no de simple información, deben entregar la información completa y abrir los espacios necesarios para la respuesta de los lectores, televidentes, radioescuchas o internautas⁴¹.

El periodismo web y el periodismo tradicional comprenden características similares en la manera de tratar la información que difunden con el único fin, valga la redundancia, de informar a la sociedad. Sin embargo, Alberto Echaluze Orozco, Licenciado en Derecho por la Universidad del País Vasco y doctorando en Periodismo por la misma Universidad, precisa en resaltar ciertas diferencias entre ambas⁴²:

- La información no es un bien escaso, se procesa en información que sobreabunda. La pantalla de un ordenador admite más texto que la página de papel.
- También importa la información fuera de la red. Por ello, el periodista digital puede ofrecer un gran servicio a la comunidad.
- El periodista digital puede dar el acceso a las fuentes originales si es necesario.
- El periodista digital ha de actualizar los contenidos.
- Internet es interactivo, todo el mundo puede contactar con todo el mundo.

7.2.4 El lenguaje en la web. El tipo de lenguaje que usan los diferentes medios web es estandarizado a nivel mundial, se basan en varios aspectos: el tipo de noticia que se esté construyendo y al público al que va dirigido el mensaje.

Según Guillermo Franco, el lenguaje que se debe implementar en una página web debe ser conciso, fluido y claro; se debe hacer uso correcto de las palabras y/o términos que irán en el mensaje a expresar⁴³.

⁴¹SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Diego Alonso, "El periodismo digital. Una Nueva Etapa Del Periodismo Moderno". REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN - Vol. 4 No. 1. Pág. 69.

⁴²SALAVERRÍA, Ramón. Citando en el texto Curso Seminario de Periodismo Digital de la Pontificia Universidad Gregoriana. [Consultado el 12 de septiembre de 2013] Disponible en Internet: <http://www.seminariovirtual.org/public/foro/pdf/perdigital2009.pdf>

⁴³ Entrevista realizada al periodista y escritor Guillermo Franco. Febrero 5 de 2014.

Son muchos los autores que congenian en que el hipertexto es la herramienta más eficaz para la comunicación y uso del lenguaje en la web. La idea de implementar el hipertexto en documentos informativos surge en 1987 gracias a Ted Nelson quien implementó para los 70s el docuverso, un conjunto de todo el conocimiento universal.

Edo Boló enfatiza qué “una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red es, sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes”⁴⁴. Conjunto a esto, una segunda herramienta que ayuda en gran parte es el hipervínculo y lo argumenta diciendo “así, a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí que se almacenan por separado sin sufrir las consecuencias de la falta de espacio o de tiempo de emisión que sufren otros medios”⁴⁵. Consecuente a lo anterior, el hipertexto se da en la actualidad como un nuevo prototipo para el abordaje de la realidad en tiempo real, es decir, una realidad que está en constante cambio.

Para el psicólogo Roberto Balaguer Prestes el “hipertexto y navegación van de la mano, permitiendo a través de los saltos por los vínculos un acercamiento diferente a los textos y una manera de visualizar la información distinta a la del libro”⁴⁶.

⁴⁴Ibíd. Pág. 7. [citado el 12 de septiembre de 2013]

⁴⁵Ibíd. Pág. 7. [citado el 12 de septiembre de 2013]

⁴⁶ BALAGUER PRESTES, Roberto. Comprendiendo al Hipertexto como Paradigma de Abordaje de la Realidad: [En línea]. Disponible en Internet: http://www.robertobalaguer.com/articulos-pdf/paradigma-abordaje_realidad.pdf

8 METODOLOGÍA

8.1 DESARROLLO DEL PLAN METODOLÓGICO

Para la construcción temática del libro de estilo y redacción para el portal web del noticiero 90 Minutos, se desarrollará por medio una investigación cualitativa, ya que es un proceso de tipo analítico y a su vez explicativo, para luego proceder a la priorización del lineamiento narrativo.

Apoyado en el documento ‘Metodología de la Investigación Cualitativa’ donde sus autores indican que el enfoque de ésta “estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”⁴⁷.

Dicho con anterioridad, esta investigación cualitativa tendrá un enfoque empírico-analítico, pues se buscará analizar el estilo periodístico de 90 Minutos para así poder describir, explicar y pre-establecer el estilo narrativo del portal web como medio informativo.

Dentro de ese enfoque empírico-analítico, se implementará la tradición aristotélica, la cual consiste en: “principio de observación, progresión inductiva de la observación y principios generales o explicativos”⁴⁸.

Consecuente con esto, el desarrollo de esta investigación se fundamentará en la observación del espacio donde se desarrolla la propuesta, la revisión y análisis documental, planteamiento y resolución de preguntas, entrevistas con diferentes miembros del noticiero 90 Minutos y del portal web.

A partir de lo anterior, se comenzó con la recolección de información a partir de las técnicas de observación, la revisión y análisis documental y entrevistas, por medio de consultas a las fuentes primarias y secundarias; las fuentes primarias son el director 90 Minutos, web master, coordinador de contenidos, presentador

⁴⁷ RODRÍGUEZ GÓMEZ Gregorio, FLORES GIL Javier, GARCÍA JIMÉNEZ Eduardo. Ediciones Aljibe. Granada (España). 1996. Metodología de la investigación cualitativa. Pág. 32

⁴⁸ SEPILVEDA TAMAYO, Nicolás. Paradigma Cuantitativo “Enfoque Empírico-analítico”.

del noticiero, periodistas del portal y externos, cuya información ha servido en parte para el buen desenvolvimiento de este proyecto.

En las fuentes secundarias están los trabajos de grado, manuales de estilo de otros medios informativos, contenidos del portal, de los cuales se han extraído información que ayuda a la argumentación de cada concepto o idea que aquí se plantea. Todo este proceso permitirá tener información importante y necesaria para construir el libro de estilo y redacción del portal.

Es así que se continuó la interpretación y análisis de cada una de las informaciones obtenidas en el primer momento, permitiendo identificar, examinar y seleccionar cada uno de los conceptos y contenidos vitales para el libro, dando pie al tercer momento que es donde se organizan y consolidan estos elementos como contenido del libro estilístico.

Ya en el momento final, se revisó completamente el proyecto con el objeto de verificar que todo estuviera totalmente perfecto antes de socializarlo ante la dirección del noticiero 90 Minutos.

- **Fuentes primarias:** Director 90 Minutos, Web Master, coordinador de contenidos, community manager, periodistas del portal y externos.

Estas personas (fuentes) permitirán identificar más fácilmente el lineamiento estilístico que se ha venido implementando en el portal, al igual que el tipo de redacción, las normas editoriales, el lenguaje y formatos utilizados para los contenidos audiovisuales, lo que conlleva a estipular oficialmente un estilo periodístico para el portal web teniendo en cuenta las características del discurso en los nuevos medios o plataformas tecnológicas.

- **Fuentes secundarias:** Trabajos de grado, manuales de estilo de otros medios informativos, contenidos del portal.

Se hizo la revisión y análisis a cada uno de estos documentos, lo cual servirá de guía para la construcción del libro de estilo y redacción para el portal web de 90 Minutos. Se analizaron autores que sirvieran de soporte para el enriquecimiento de argumentos. Posterior a esto, se realizó un análisis a la actividad efectuadas dentro del portal y a su vez se realizará un sondeo, en el cual se les preguntará a los visitantes de la página cosas referentes a ésta.

8.2 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cuadro 1 Técnicas y herramientas de recolección de información

TÉCNICA	HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN
Entrevista	Cuestionario, grabación de voz	Se realizarán preguntas abiertas y semiestructuradas que ayuden a darle solución al problema planteado; este proceso se les realizará a Director 90 Minutos, Web Master, coordinador de contenidos, community manager, periodistas del portal y externos.
Sondeo	Portal web	Se realizarán una serie de preguntas en el portal, donde la audiencia visitante por medio de su respuesta contribuirá al mejoramiento de éste.
Observación		Los contenidos que sean montados en la página web como: notas, videos, entrevistas, blogs, etc.
Análisis de documentos		Se hará una revisión a escritos referente a la importancia que tienen los manuales de estilo en los distintos medios informativos. A parte, se analizarán diversos manuales de estilo para respaldar la estipulación del estilo periodístico del portal.

8.3 PROCEDIMIENTOS

Para la construcción temática, a partir de una revisión documental y testimonial, del libro de estilo y de redacción periodísticos del portal web del noticiero regional 90 minutos, se desarrollará el proceso en cuatro momentos:

- **Momento 1:** Recolección de información. Se recolectará la información a partir de las fuentes primarias y secundarias, teniendo en cuenta las técnicas cuantitativas.
- **Momento 2:** Interpretación y análisis de la información. Se realizará este proceso para poder identificar, examinar y seleccionar la información que irá posteriormente al libro estilístico del portal web.
- **Momento 3:** Estructuración de conceptos y contenidos. Se hará una estructuración de los elementos que irá en la elaboración del libro.
- **Momento 4:** Presentación de la propuesta. Se hará un último chequeo completo a todo el proyecto y así poder socializar la propuesta a la dirección de 90 Minutos.

8.4 ELEMENTO INNOVADOR DE LA PROPUESTA

La construcción temática del libro de estilo y redacción para el portal web del noticiero 90 Minutos, llega a ser innovadora debido a que acorde con el estudio que se ha realizado durante el desarrollo de este proyecto, el portal web no cuenta con un manual o libro de estilo y redacción.

Además, este libro de estilo y redacción se expone como herramienta base donde se diga cómo, qué, para qué y sobre qué se harán los contenidos, textos, artículos, notas, productos audiovisuales, basados en el lenguaje o discurso de otros medios evitando caer así en errores de redacción, lingüísticos, etc., que puedan poner en riesgo la imagen tanto del portal como la del noticiero.

El libro entrará de lleno como guía práctica a los periodistas vinculados al portal, haciendo el proceso inductivo más rápido y eficiente ya que el portal es un espacio donde periódicamente se cambia de personal (pilos, monitores y practican.

9 CRONOGRAMA

Cuadro 2 Proceso de la investigación y desarrollo de la pasantía

Cronograma de actividades de la pasantía.																				
Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrevistas a miembros de la organización																				
Análisis documentales																				
Interpretación y análisis de la información recolectada.																				
Estructuración de conceptos y contenidos																				
Prueba y evaluación del producto																				
Socialización Final a la organización																				

10 PRESUPUESTO

Cuadro 3 Presupuesto general del proyecto

PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO				
RUBROS	FUENTE DE FINANCIAMIENTO			TOTAL
	UAO	NOTI90	FUENTES EXTERNAS	
Personal de apoyo ¹	2.000.000			2.000.000
Materiales e insumos ²		115.000		115.000
Transportes ³	1.000.000			1.000.000
Equipos ⁴	1.500.000			1.500.000
Bibliografía ⁵		50.000		50.000
TOTAL PRESUPUESTO DEL PROYECTO	4.500.000	165.000		4.665.000

Cuadro 4 Personal de apoyo

PERSONAL DE APOYO¹				
DESCRIPCIÓN	FUENTE DE FINANCIAMIENTO			SUB TOTAL
	UAO	NOTI90	FUENTES EXTERNAS	
PILOS	600.000			600.000
MONITORES	600.000			600.000
TRABAJADORES ADMINISTRATIVOS	800.000			800.000
TOTAL	2.000.000			2.000.000

Cuadro 5 Materiales e insumos

MATERIALES E INSUMOS²				
DESCRIPCIÓN	FUENTE DE FINANCIAMIENTO			SUB TOTAL
	UAO	NOTI90		
PAPELERÍA		15.000		15.000
LLAMADAS		100.000		100.000
TOTAL		115.000		115.000

Cuadro 6 Transportes

TRANSPORTES³				
DESCRIPCIÓN	FUENTE DE FINANCIAMIENTO			SUB TOTAL
	UAO	NOTI90	DÍAS	
TRANSPORTE	100.000		10	100.000
TOTAL			1.000.000	1.000.000

Cuadro 7 Equipo

EQUIPOS⁴				
DESCRIPCIÓN	FUENTE DE FINANCIAMIENTO			SUB TOTAL
	UAO	NOTI90	DÍAS	
CÁMARAS FOTOGRÁFICA	150.000		5	150.000
CÁMARA DE VIDEO	150.000		5	150.000
TOTAL	1.500.000			1.500.000

Cuadro 8 Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA⁵				
DESCRIPCIÓN	FUENTE DE FINANCIAMIENTO			SUB TOTAL
	UAO	NOTI90		
LIBROS		50.000		50.000
TOTAL		50.000		50.000

11 RECURSOS

11.1 TALENTOS HUMANOS

Cuadro 9 Talentos humanos

CARGO	NOMBRE
Director del Noticiero	Guido Correa
Web Master	Diana Figueroa
Coordinador de contenidos	Carlos Aponte
Community manager	Andrés Ossa
Periodistas del portal y externos	Practicantes y periodistas miembros directos e indirectos del noticiero y el portal web.

11.2 RECURSOS FÍSICOS

Cuadro 10 Recursos físicos

RECURSO	MODO
Internet	Acceso documentos virtuales y al portal web de 90 Minutos. Uso diario
PC	Realización del proyecto escrito por medio de Microsoft Word. Uso diario
Grabadora de voz	Para tener registro auditivo de las entrevistas
Lapicero y libreta de apuntes	Tomar nota en medio de las entrevistas, apuntes de datos importantes o nombres de documentos indispensables para la investigación
Biblioteca	Revisión de libros cuya temática aportar al proyecto
Impresora	Impresión de documentos, imágenes y proyecto como tal.

12 CONCLUSIONES

Por medio de la investigación hecha en este proyecto, se demostró que todo medio informativo, sea escrito, audiovisual o digital, requiere una herramienta guía como lo es un libro de estilo y redacción que conserve el orden y la unidad en sus procedimientos.

El manual se podría catalogar como un factor integrador de normas, lineamientos y principios que rigen al medio salvaguardando la imagen e identidad de éste, es decir, sería una herramienta importante para mejorar la manera de generar contenidos.

Asimismo en la observación y análisis que se hizo, se evidencian algunos aspectos que no funcionan como deben en ser en un medio digital, lo que podría generar incredulidad de la audiencia hacia el medio. Por tanto, para estandarizar esas fallas, es necesario que el portal cuente con un manual de estilo y redacción. También, que cada uno de los miembros adscritos a 90minutos.co conozcan y apliquen cada una de las normas gramaticales planteadas en dicho libro.

Para la elaboración de este libro guía se tuvo en cuenta el lenguaje, la cultura, el direccionamiento ético y los principios de algunos autores citados en este proyecto, medios informativos y manuales de estilo existentes, consolidando así una base sólida, verídica y confiable que ayudó a la estructuración de éste. Así, se logró cumplir con el objetivo principal de esta pasantía, la cual es generar una guía práctica a los periodistas web de 90 minutos.

También, se debe tener en cuenta que los periodistas web deben mantener una comunión constante con las reglas gramaticales y orales, basados en la Real Academia de la Lengua Española, teniendo en cuenta la implementación de nuevos términos o eliminación de otros y así poder orientarse en el momento de redactar una noticia.

Para finalizar, la elaboración del libro de estilo y redacción de www.90minutos.co culminó exitosamente plasmando en el la unidad narrativa y a su vez la imagen e identidad de la página web del noticiero 90 Minutos, todo gracias al análisis de diversos autores, libros y documentos relacionados. La investigación permitió estandarizar una unidad e identidad del portal gracias al lineamiento del mismo en cuanto a prácticas lingüísticas, narrativas y estilísticas, teniendo en cuenta el discurso de los nuevos medios digitales.

Dicho al inicio de este trabajo investigativo y a petición del director del Noticiero 90 Minutos, Guido Correa, se deja claro que el Manual de Estilo y Redacción para www.90minutos.co es independiente del proyecto como tal con la intención de extraerlo en su totalidad y quede a disposición del medio. Es por esto que hay información que se repite en ambos trabajos (proyecto de investigación y manual).

13 RECOMENDACIONES

- No dejar de lado el rigor por el correcto uso del lenguaje hablado y escrito, ya que de ello depende que el mensaje que se quiere transmitir a la audiencia sea de excelente calidad.
- Crear un libro de procedimientos, es decir, un libro guía que especifique a profundidad el desarrollo de un periodista web y así, sean menos los errores que se cometan y tanto el Noticiero como 90minutos.co alcancen una unidad e identidad entre sí.
- Se deberían promover las capacitaciones periódicas a los integrantes del portal, con el fin de fortalecer las capacidades en la producción de contenidos.
- Partiendo de la importancia que tiene este manual para 90minutos.co después de haber realizado este proyecto de investigación, es indispensable que esta herramienta (manual) sea revisada y utilizada por los periodistas web, el director, el jefe de redacción y el director de contenidos.
- Es importante dejar claro que este es un manual de estilo y redacción y no de procedimientos.
- Los manuales de estilo y redacción son elementos a los que se les debe evaluar y ajustar periódicamente, sin embargo, 90minutos.co debe continuar con el estudio de las normas gramaticales y así verificar si es necesario hacerle actualización.

BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA, Efe. Historia de Manuales De Estilo EFE: [En Línea]. Consultado el 10 de agosto de 2013. Disponible en: <http://www.efe.com/efe/queesefe/historia/espana/1>
Real Academia Española. (2013). Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

BALAGUER PRESTES, Roberto. Comprendiendo al Hipertexto como Paradigma de Abordaje de la Realidad. Disponible en Internet: http://www.robertobalaguer.com/articulos-pdf/paradigma-abordaje_realidad.pdf

CLAUDÍN, Víctor. ANABITARTE, Héctor. Diccionario General de la Comunicación. Pág. 83

ESPINOZA HAMDAN, Ricardo Alberto. Universidad Dr. José Matías Delgado [Consultado el 23 de agosto de 2013] Disponible en Internet: <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/COM/ADET0000477.pdf> [citado el 23 de agosto de 2013]

FRANCO, Guillermo. ¿Cómo escribir para la web? [En línea] The University of Texas at Austin [Recuperado el día 3 de agosto de 2013]. Disponible en Internet: https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf

FONT GÓMEZ, Alberto. Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: [En línea] Universidad Complutense de Madrid [Consultado el 6 de agosto de 2013]. Disponible en: https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/ele/g_font.html

GRIJELMO, Alex. Op. Cit. p. 27-30, 157-300

Historia de Procívica TV. Documento suministrado por la administración de Procívica.

LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. Op. Cit. P.21-38

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. Manual de Estilo de la Lengua Española. 2da edición. Pág. 34

MEDRANO TIRADO, Betty del Rosario. VILLALBA BUELVAS, Maricely. Diseño e implementación de un sitio web como medio de comunicación interactiva para promocionar y fortalecer los procesos de formación pedagógicos de la institución educativa escuela normal superior de corozal utilizando dreamweaver. [En línea] Fundación Universitaria del Área Andina [Consultados el 10 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://maricelybetty.galeon.com/textos/PROYFINAL.pdf>

Manual de Estilo [En línea] LaVoz.com.ar [Consultado el 1 de septiembre de 2013] Disponible en: archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/manual.pdf

NIELSEN, Jacob. F-Shape Pattern for Reading Web Content. [En Línea] Nielsen Norman Group [Consultad el 5 de agosto de 2013] Disponible en Internet: <http://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>

Política Editorial Noticiero 90 Minutos. Documento suministrado por la administración de Procívica

Programa pilos [En línea] Universidad Autónoma de Occidente. [Consultado el 13 de agosto de 2013] Disponible en: <http://www.uao.edu.co/vida-universitaria/pilos>

RAMONET, Ignacio. El poder mediático [En línea] Universidad Federal Fluminense [Recuperado el 13 de agosto de 2013] Disponible en <http://www.uff.br/mestcii/ramonet1.htm>

RODRÍGUEZ GÓMEZ, Gregorio. FLORES GIL Javier. GARCÍA JIMÉNEZ Eduardo. Ediciones Aljibe. Granada (España). 1996. Metodología de la investigación cualitativa. Pág. 32

SECO, Manuel. Diccionario del español actual. Aguilar. Madrid. 1999. Pág. 2.014

SÁNCHEZ SÁNCHEZ Diego Alonso. El Periodismo Digital. Una nueva etapa del periodismo moderno: [En Línea]. Consultado 10 de agosto de 2013. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-44492007000100010&script=sci_arttext

SALAVERRÍA, Ramón. Citando en el texto Curso Seminario de Periodismo Digital de la Pontificia Universidad Gregoriana: [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.seminariovirtual.org/public/foro/pdf/perdigital2009.pdf> [citado el 10 de septiembre de 2013]

SALCEDO GÓMEZ, Fernando. 'Colombia: Historia de la Conexión de Uniandes a Internet'. [En línea] Wikipedia.org [Consultado el 6 de agosto de 2013] Disponible en Internet: http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_in_Colombia.

SEPILVEDA TAMAYO, Nicolás. Paradigma Cuantitativo “Enfoque Empírico-analítico”.

TORRIJOS ROJAS, José Luís. Bases para la formación de un buen libro de estilo de última generación. Tesis de doctorado, España Universidad de Sevilla.

ANEXOS

Anexo A. Formato de entrevista realizada a miembros de 90 Minutos. Versión PDF en CD

ESTA ES UNA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA REALIZADA PARA LA PASANTÍA INSTITUCIONAL, QUE CONSISTE EN LA ELABORACIÓN DE UN LIBRO DE ESTILO Y REDACCIÓN PARA EL PORTAL WEB DEL NOTICIERO 90 MINUTOS - GUIDO CORREA DIRECTOR DEL NOTICIERO 90 MINUTOS

Esta entrevista realizada a Guido Correa, director del Noticiero 90 minutos, tiene como fin argumentar mediante un contexto la información recolectada en la tesis acerca del portal Web www.90minutos.co

1. Director: ¿Por qué se crea el portal 90 minutos?
2. ¿Cómo fue el proceso que tuvo su creación?
3. ¿Se ha definido un perfil del periodista WEB? ¿cómo es?
4. ¿Cuál es la política editorial bajo la cual trabaja el noticiero 90 minutos? ¿Se podría decir que en el portal se trabaja bajo esta misma política?
5. ¿Cómo es la metodología de trabajo, en cuanto a distribución de labores, manejo de la información, etc.?
6. ¿Ha tenido que hacer alguna reforma al portal en cuestiones de usabilidad para el público objetivo? ¿Cuáles y por qué?
7. ¿Por qué los medios tradicionales incursionan en portales web?
8. ¿En qué beneficia un portal al noticiero 90 minutos?
9. ¿Cree conveniente la creación de un manual de estilo y redacción para el portal del noticiero? ¿Qué debe tener ese manual?
10. ¿Se han capacitado los periodistas del portal? ¿cómo lo han hecho?
11. ¿Cómo se integra el noticiero de tv y el portal?
12. ¿Qué importancia tienen las redes sociales en el portal y como aporta al noticiero de TV?

**ESTA ES UNA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA REALIZADA PARA LA
PASANTÍA INSTITUCIONAL, QUE CONSISTE EN LA ELABORACIÓN DE
UN LIBRO DE ESTILO Y REDACCIÓN PARA EL PORTAL WEB DEL
NOTICIERO 90 MINUTOS LUIS FERNANDO RONDEROS DIRECTOR
ADMINISTRATIVO
NOTICIERO 90 MINUTOS**

Estas preguntas conllevarán a definir qué factores influyeron en la creación del portal web www.90minutos.co y ayudará a estipular el proceso que tuvo este proyecto.

1. ¿Entre quiénes y por qué nace la necesidad de crear un portal para el noticiero 90 minutos?
2. ¿Qué implica desde los presupuestal, la creación de portal web para un medio televisivo?
3. ¿Cómo fue el proceso técnico, la capacitación y las respuestas de los usuarios?
4. ¿Cómo fue la interacción del noticiero TV y el portal?
5. A parte de Procívica ¿existe otra entidad que haya hecho o haga parte de este proyecto?
6. Hasta el momento ¿cree que el portal ha suplido las necesidades que se plantearon al momento de crearlo? ¿Por qué?
7. ¿Con qué fines administrativos se creó el portal web www.90minutos.co?
8. ¿Cree conveniente la creación de un manual de estilo y redacción para el portal del noticiero?
9. ¿Qué debe tener ese manual?

**ESTA ES UNA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA REALIZADA PARA LA
PASANTÍA INSTITUCIONAL, QUE CONSISTE EN LA ELABORACIÓN DE
UN LIBRO DE ESTILO Y REDACCIÓN PARA EL PORTAL WEB DEL
NOTICIERO 90 MINUTOS - CARLOS APONTE JEFE DE REDACCIÓN DEL
PORTAL
WWW.90MINUTOS.CO**

Esta entrevista ayudará a profundizar más la investigación que se ha hecho hasta el momento referente a la importancia que tiene un manual de estilo y redacción en este medio. Por otra parte, se sabrá si tanto el portal como el medio televisivo se complementan bajo una misma política.

1. ¿Cuántas secciones tiene el portal y en qué consiste cada una?
2. ¿Con cuántos periodistas cuenta el portal en este momento?
3. ¿Cómo es la metodología de trabajo, en cuanto a distribución de labores, manejo de la información, etc.?
4. ¿Cuál cree usted que es el factor que hace diferente el portal www.90minutos.co a otros portales?
5. ¿Por qué los medios tradicionales incursionan en portales web?
6. ¿Cuál es el modelo informativo que tienen los periodistas del portal al momento de redactar una noticia?
7. ¿Existe un filtro por donde pase la noticia antes de ser publicada? ¿Cómo es su funcionamiento?
8. ¿Cree conveniente la creación de un manual de estilo y redacción para el portal del noticiero? ¿Qué debe tener ese manual?
9. ¿Qué le falta al portal de 90 minutos para consolidarse totalmente como un medio informativo?
10. ¿Qué importancia tienen las redes sociales en el portal y como aporta al noticiero de TV?

**ESTA ES UNA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA REALIZADA PARA LA
PASANTÍA INSTITUCIONAL, QUE CONSISTE EN LA ELABORACIÓN DE
UN LIBRO DE ESTILO Y REDACCIÓN PARA EL PORTAL WEB DEL
NOTICIERO 90 MINUTOS - A DIANA FIGUEROA WEB MASTER DEL
PORTAL
WWW.90MINUTOS.CO**

Mediante esta entrevista se buscará comprender el proceso evolutivo que ha tenido el portal web www.90minutos.co desde sus inicios hasta la fecha. A parte, ayudará a definir más el perfil que debe tener el periodista web de este portal.

1. Siendo una de las personas que inició con este proyecto, ¿Ha visto o detallado alguna evolución en el portal web del noticiero 90 minutos?
2. ¿Le parece correcta la manera en que se coordina una noticia en el portal? ¿por qué?
3. ¿Qué estrategia implementaría para mantener el portal del noticiero 90 minutos a la vanguardia de los medios digitales?
4. ¿Qué debe tener en cuenta el periodista web al momento de publicar una noticia?
5. ¿Qué tan vinculada están las redes sociales en el funcionamiento del portal?
6. ¿Cuáles son las cifras y estadísticas de las visitas que recibe el portal?
7. ¿Quiénes ingresan al portal?
8. ¿Cree conveniente la creación de un manual de estilo y redacción para el portal del noticiero? ¿Qué debe tener ese manual?

Anexo B. Documento de la historia de Procívica TV. Versión PDF en CD

PROCÍVICA TELEVISIÓN

HISTORIA

AÑO 1988

El 20 de abril de 1988 se constituye la CORPORACIÓN PRODUCTORA CÍVICA DE MEDIOS, PROCÍVICA TV, entidad sin ánimo de lucro, conformada por la Fundación Carvajal, la Fundación Sarmiento Palau, la Fundación para la educación superior FES y la Cámara de Comercio de Cali.

El objeto de esta corporación es la promoción de valores éticos y cristianos en el hombre en todas sus manifestaciones socio culturales a través de los distintos medios de comunicación, buscando crear una cultura de participación ciudadana a través de la difusión del conocimiento del quehacer regional para la consolidación del estado democrático.

La iniciativa fue promovida por Doña Amparo de Carvajal, quien lideró ante el gobierno nacional la creación del canal regional Telepacífico y consideró que era indispensable contar con una programadora con las características ya mencionadas.

Previo a la constitución, se hizo una evaluación financiera que determinó la viabilidad del proyecto a partir del segundo año, contando con inversión publicitaria de la industria regional, especialmente de las multinacionales con asiento en el Valle del Cauca quienes ocupaban los primeros lugares en inversión publicitaria en el país. El estudio fue realizado por el Dr. Rodrigo Garcés.

En este año fue inaugurado el Canal Regional Telepacífico, con emisiones de prueba desde el 20 de julio. Se realizó la primera licitación del canal y le fueron adjudicados a Procívica cinco programas semanales: EL NOTICIERO DE OCCIDENTE que se emitía sábados, domingos y festivos a las 7 de la noche, el magazine MODA COCINA Y MATAS, dirigido y presentado por Luz Carime Alhach, el programa de opinión.

PUNTOS DE VISTA y dos programas enlatados. El primer programa que salió al aire como parte de la programación regular fue el NOTICIERO DE OCCIDENTE, el 11 de septiembre de 1988. En ese entonces el canal emitía

solamente entre las 6 y las 11 de la noche. El primer director del noticiero fue Oscar Jaramillo quien no llegó a ejercer el oficio pues se retiró antes de la primera emisión. El cargo fue ocupado posteriormente por Jairo Jalil, Maria Luisa Mejía y Maria Inés Pantoja.

En cuanto a la competencia, el programa Noti 5, producido por TV Valle Ltda., arrancó como líder indiscutible. La programación de Procívica no logró mayor impacto en la teleaudiencia.

Los recursos de producción, tales como cámaras y salas de edición fueron contratadas con un tercero. Desde los primeros meses se vislumbraron las dificultades financieras que habrían de acompañar a la televisión regional. El canal Telepacífico y las programadoras no encontraron la respuesta que esperaban de la industria de consumo masivo con asiento en la región. La pauta publicitaria tan esperada, llegó en un porcentaje mínimo.

Se trabajó en la producción y emisión de campañas y notas cívicas en el noticiero. Temas como comportamiento ciudadano, medio ambiente, colaboración con las autoridades y defensa de la democracia fueron atendidos.

Se mantuvo la misma programación, que estuvo al aire hasta el 7 de octubre de 1990. La Dra. Margarita Londoño se retiró de la Gerencia de la programadora siendo reemplazada por el Dr. Álvaro Ossa y dos meses después, por la Dra. Marta Lucia Soto.

Se hizo la primera inversión en compra de equipos representados en dos cámaras, dos salas de edición, una unidad móvil de producción de televisión y un croma key.

Se decidió participar en la siguiente licitación; 2) Como misión se determinó la de defender el principio de libertad individual con responsabilidad a través de afianzar la cultura nacional enmarcada en valores morales, éticos y sociales, mantener la responsabilidad social en el manejo de la información y defender y estimular el sistema democrático; Telepacífico realizó la segunda licitación ampliando su horario de emisión a partir de las doce del día. La adjudicación inicialmente fue por dos años y posteriormente se prorrogó hasta el 29 de enero de 1995. Procívica TV participó con la FRANJA 90 MINUTOS, un gran programa de hora y media emitido de lunes a viernes entre las 12 y la 1.30 pm. La franja incluía el NOTICIERO 90 MINUTOS y una telenovela diaria, COSAS DE LA VIDA, un MAGAZINE, un DEPORTIVO y un micro programa de cinco minutos denominado NUESTRA GENTE. Desde el 8 de octubre de ese año, día en que nació 90 Minutos, la respuesta de la teleaudiencia fue sorprendente.

Gracias a AMANDOTE, telenovela argentina y al NOTICIERO 90 MINUTOS, dirigido por Ignacio Greiffenstein, se comenzó poco a poco a cultivar el hábito por la televisión regional en el horario del medio día.

La nueva programación requirió reforzar los esquemas de producción y comercialización. Fue necesario contratar más personal y constituir el departamento comercial.

AÑO 1991

El esquema de programación de la FRANJA 90 MINUTOS fue acogido rápidamente por el público. A pesar de colonizar un nuevo horario, los reportes de sintonía de Nielsen mostraron un nivel satisfactorio de audiencia y una clara tendencia al ascenso.

En este año se retiró de la gerencia la Dra. Marta Lucia Soto siendo reemplazada por la Dra. Isabella Vernaza.

Fueron adquiridas tres cámaras de reportería.

AÑO 1992

En marzo de este año estalló la más grave crisis energética del país en toda su historia. En el caso del Valle del Cauca, el apagón se concentró en el horario del medio día coincidiendo con la emisión de la FRANJA 90 MINUTOS, llegando a afectar al 86% del departamento. Se vivió entonces un descenso vertiginoso en los ratings y en la comercialización de los espacios.

Coincidiendo con la crisis, se retiró de la dirección del noticiero Ignacio Greiffenstein, siendo reemplazo por José Vicente Arismendi.

Para atender la crisis la programadora puso a prueba su creatividad. Desaparecieron COSAS DE LA VIDA y el DEPORTIVO 90 MINUTOS, se redujo la nómina en un 20%, se congelaron salarios desde el mes de julio y se logró establecer horarios de emergencia para retrasmitir la programación de Procívica en horarios de no racionamiento, permitiendo recuperar parte de la pauta publicitaria perdida.

La Cámara de Comercio de Cali se retiró de la Corporación por considerar que había cumplido su gestión como Promotor del proyecto de televisión y cedió sus aportes en igual proporción al porcentaje de los aportes poseídos por los demás miembros de Procívica.

Como programadora cívica, la corporación participó activamente en la creación y realización del I Concurso del Microempresario del año, que reunió a más 80 Microempresarios del Valle del Cauca y que en el evento de cierre contó con la presencia del señor Presidente de la República, Dr. Cesar Gaviria Trujillo.

Nacieron nuevos programas ajustados al objeto social de Procívica. Estos fueron UNO MAS UNO, dirigido al sector micro empresarial y EN FAMILIA. El programa NUESTRA GENTE pasó a ser de 30 minutos.

El NOTICIERO 90 MINUTOS siguió en su carrera ascendente, ubicándose como líder en sintonía en el canal regional, con 25 puntos al cierre del año. Se realizó también el especial de feria denominado QUÉ PASÓ EN EL RUEDO, que logró un importante éxito comercial.

LA MISIÓN DE PROCÍVICA TV

La Misión de la programadora fue revisada y su texto fue el 16 FEBRERO 1993.

Nuestra razón de ser es propiciar el desarrollo social de Colombia, teniendo como base el suroccidente del país. Mostramos responsablemente la realidad de la región y mantenemos un justo equilibrio informativo. Estamos comprometidos con la democracia, la libre empresa y la autogestión. Permitimos la expresión de voces y protagonistas del desarrollo regional, destacando los aspectos más positivos de nuestra región y nuestra cultura.

En Procívica TV elaboramos programas y comerciales de televisión así como productos de comunicación y prestamos servicios de asesoría, realización y emisión de otros productos, dentro de un marco de excelente calidad que nos ubique en posición de liderazgo en Iberoamérica.

Queremos propiciar la participación activa en la sociedad de quienes reciben nuestros mensajes.

Procívica TV trabaja para dar satisfacción a sus clientes, definidos como nuestra audiencia, los anunciadores, las entidades que enmarcan las pautas de

nuestro quehacer profesional, así como aquellos que nos proporcionan la materia prima y los elementos para realizar nuestro trabajo.

Contamos con recursos técnicos suficientes, actuales y en buen estado, para ponerlos al servicio del nivel de calidad total al que aspiramos.

Respetamos la dignidad de los empleados, reconocemos sus méritos, habilidades y talentos, para que se sientan seguros en su trabajo. Su compensación estará dentro de parámetros razonables. Los empleados de Procívica TV deben sentirse libres de hacer sugerencias y reclamos.

Procívica TV generará los recursos financieros necesarios para cumplir con los objetivos que justifican su existencia.

AÑO 1994

Fue el último año de la FRANJA 90 MINUTOS, lográndose resultados de audiencia y comerciales sin precedentes, cerrando el año con un registro de rating de 32 puntos para el Noticiero.

Se montó la tercera sala de edición en formato $\frac{3}{4}$ de pulgada y fue vendida la Unidad Móvil de producción de televisión que fue previamente desmantelada. Los equipos se trasladaron a una sala fija de trabajo.

Procívica participó en la tercera licitación para la adjudicación de programación de Telepacífico. Teniendo en cuenta la difícil experiencia vivida durante el racionamiento se optó por mantener el noticiero en el horario del medio día y ubicar el resto de los programas en otros horarios. En ese momento, el canal exigía que las propuestas incluyeran un mínimo de cinco horas semanales y la producción de programas de diversos géneros. En esta ocasión, Procívica recibió el más alto puntaje y le fueron adjudicados nueve programas semanales. Estos fueron: NOTICIERO 90 MINUTOS, el dramatizado infantil PALETAS, programa juvenil LA RADIO, los magazines CINCO EN TODO y CON SAL Y PIMIENTA, el programa de opinión DIÁLOGOS REGIONALES, dirigido y presentado por Adriana Santacruz y los educativos TELEMÉDICO y UNO MAS UNO. Esta programación fue estrenada el 30 de enero de 1995.

AÑO 1995

Se estrenó la nueva programación con 9 programas semanales, ocho de los cuales son de origen regional y solo uno, es enlatado. Fiel a su filosofía

corporativa de producir televisión que aporte al desarrollo de la comunidad, el 32 por ciento de los programas tenía contenido cívico, el 42 por ciento eran de corte cultural y educativo y el 26 por ciento restante de recreación familiar.

Los programas PALETAS, LA RADIO y DIALOGOS REGIONALES recibieron la Claqueta de Cristal del Festival de Cine de Cartagena en las Categorías de Mejora Programa Infantil, Mejor Programa Juvenil y Mejor Programa de Opinión de Telepacífico.

Procívica estrenó su casa estudio en el Barrio Tequendama. Era una sede múltiple para producción de televisión que incluía tres estudios con modernos equipos de iluminación y sonido. EL NOTICIERO 90 MINUTOS se emitía en directo desde ahí a través de fibra óptica, convirtiéndose en pioneros en el país en el uso de esta tecnología.

Se adquirió mediante leasing una sala de edición no lineal y una cámara de televisión en formato Betacam.

Los resultados económicos no fueron favorables, situación que afectó al sector de la televisión en todo el país.

Fue aprobada la denominada Nueva ley de Televisión o ley 182 de 1995, donde se sentaron las bases para la transformación total del medio, la creación de canales privados nacionales a partir de enero de 1998, la creación del Fondo para la promoción de la televisión pública y se dio vida a la Comisión Nacional de Televisión.

AÑO 1996

La orientación de Procívica dio un giro. El consejo directivo fijó como meta convertirla en una programadora – productora rentable con una base de aportes suficientemente amplia de manera que sea factible contar con los recursos suficientes para lograr su objeto social.

Desde el punto de vista de Programación, se hizo énfasis en continuar con el enfoque filosófico en lo referente al contenido y orientación de los programas y al compromiso social asumido. En este sentido se fortaleció el NOTICIERO 90 MINUTOS y el programa DIÁLOGOS REGIONALES profundizó en temas relacionados con el bienestar humano y de nuestra sociedad, tales como democracia, paz, fortalecimiento de la sociedad civil, ética, convivencia y salud.

El concurso infantil AMOR EN EL AIRE fue todo un éxito, con más de cien programas producidos y emitidos tanto a través de Telepacífico como en televisión nacional. Se emitieron también programas realizados por la Fundación Social, tales como MUCHACHOS A LO BIEN, AMANECE Y TU, A LO BIEN y GENERACIÓN RE.

El Congreso de la República aprobó la ley 335 de 1996, donde reformó parcialmente la ley 182. En ella se confirma que la televisión regional es reserva del estado y se abrió la posibilidad de crear estaciones locales privadas de televisión, con ánimo de lucro. También se establece que una misma persona solo podrá ser titular de una concesión en un solo nivel de cubrimiento. Es decir, quien posee un canal de nivel nacional, no podrá participar en televisión regional o local.

AÑO 1997

Continuando con la reestructuración de la Corporación, se crearon áreas de Negocios para ampliar la oferta de servicios, lo cual incluyó además de la venta de pauta publicitaria, la programación para terceros, venta de servicios y producción de videos y comerciales.

El NOTICIERO 90 MINUTOS continuó consolidándose como líder indiscutible en audiencia, llegando a marcar 31.5 en rating hogares. El Noticiero líder en la región fue el Noticiero CM&, con 31.6 puntos.

Se creó la serie PARTICIPACIÓN CIUDADANA, desarrollada con la programadora de la Universidad del Valle y con la financiación de entidades como FES, Fundación Restrepo Barco, Fundación Carvajal e Instituto FES de Liderazgo. En ella se entrevistaron a candidatos a la Alcaldía de diez municipios vallecaucanos.

Se produjo el programa COLOMBIA CAMPESINA, realizado para Señal Colombia, mostrando el trabajo de autogestión adelantado por campesinos colombianos a lo largo de todo el país.

AVANCES EN MEDICINA fue un programa orientado a la educación no formal en el campo de la medicina especializada. Fue producido con el patrocinio de Bristol Myers Squibb de Colombia. Se emitió durante todo el año.

TE VEO JOVEN fue un proyecto televisivo que buscó legitimar las sensibilidades y culturas juveniles que se realizó en convenio con las fundaciones FES, Restrepo Barco, Social, Procívica y la Alcaldía de Cali. Fueron producidos treinta documentales que se retransmitieron a través de Señal Colombia.

Se adelantó un estudio de pre factibilidad para evaluar la posibilidad de convertir a Procívica en una estación local de televisión privada o continuar como programadora contratista del canal regional. Finalmente, frente a la enorme incertidumbre sobre las consecuencias que en materia de audiencia y comercialización traerían los canales privados que empezarían a operar en 1998, se decidió suspender todo proyecto y continuar como contratista de Telepacífico.

AÑO 1998

El NOTICIERO 90 MINUTOS mantuvo su nivel de audiencia y liderazgo. AVANCES EN MEDICINA y TE VEO JOVEN continuaron al aire y se sostuvo la producción de comerciales y videos.

En materia de costos, se redujo en dos horas el contrato con Telepacífico.

Año 1999

Este ha sido el año más difícil en la historia de Procívica TV. Los canales privados, Caracol y RCN entraron al mercado con una política de quebrar tarifas y máxima inversión en producción, lo que les significó conquistar la audiencia del país en un corto plazo. En ese año el NOTICIERO 90 MINUTOS marcó diez puntos de rating. La economía colombiana atravesó por la más grave recesión de toda su historia.

Telepacífico abrió licitación para programas informativos noticieros, con duración de cinco años, empezando emisiones en enero de 2000.

Telepacífico exigió que todos los equipos de producción de televisión fueran digitales o en formato Betacam.

Después de una revisión a fondo del quehacer de la corporación, se decidió continuar en la actividad pero limitándose exclusivamente a la producción del Noticiero. Procívica participó y obtuvo el puntaje más alto.

Para solucionar la exigencia de renovación tecnológica se suscribió una alianza con la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente que implicó el traslado de Procívica a su nueva sede y la utilización de sus equipos de producción e instalaciones. A cambio, el noticiero puso a disposición de la Universidad, toda su experiencia en materia de producción informativa y de televisión, complementó con sus equipos el montaje técnico y le emitió pauta publicitaria.

La Fundación FES fue intervenida, dando origen a dos nuevas entidades. La Financiera FES y la Fundación FES Social. Los aportes realizados en Procívica quedaron en cabeza de la Financiera FES, quien renunció a sus derechos políticos en Procívica TV.

Año 2000

Desde el 29 de enero de 2000 Procívica redujo su producción de televisión exclusivamente al NOTICIERO 90 MINUTOS. La vigencia de este contrato con Telepacífico fue hasta enero de 2005 con prórroga hasta enero del 2007.

Entre mayo y julio se realizó el traslado a la sede de la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DE OCCIDENTE. Gracias a esta gestión Procívica contó con equipos de tecnología de punta en formato digital. Se emite desde esta sede a través de fibra óptica.

La audiencia del noticiero comenzó a recuperarse, con un registró de 22 puntos, manteniendo su liderazgo dentro de los canales regionales emitidos en Colombia.

Año 2001

Se realizó una alianza estratégica entre Procívica, Medios del Pacífico y la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente con el objeto de compartir los costos de producción de los noticieros 90 Minutos y Noticiero del Pacífico.

El noticiero 90 Minutos mantuvo su liderazgo en sintonía.

Se retiró José Vicente Arismendi de la dirección del NOTICIERO 90 MINUTOS, siendo reemplazado por Adriana Santacruz.

Año 2002

90 Minutos siguió siendo el líder absoluto en sintonía.

El Noticiero mantuvo su liderazgo en sintonía entre todos los noticieros que se ven en el suroccidente del país. También se ubica como programa regional como mayor nivel de sintonía en Colombia.

Con el proyecto FIESTA POR LA VIDA, ejecutado dentro del programa de Apoyo a la Convivencia y Seguridad Ciudadana de la Alcaldía de Cali, el NOTICIERO 90 MINUTOS inició un trabajo de intervención social desde los medios de comunicación con miras a reducir las muertes violentas en la ciudad de Cali. Por sus resultados, el proyecto fue seleccionado por el BID, ente financiador del programa, para ser incluido dentro del Plan de Desarrollo de la ciudad y recomendó su continuidad en los años posteriores.

Adriana Santacruz dejó la dirección del NOTICIERO 90 MINUTOS, siendo sustituida por Luz Adriana Betancourt.

Año 2004

Durante los primeros siete meses del año se produjo y comercializó el NOTICIERO 90 MINUTOS en alianza con los noticieros CVN y del Pacífico, a través del Centro Regional de Noticias.

A partir de agosto se liquidó la sociedad.

Procívica retomó la producción del noticiero y subcontrató su comercialización con Integrando Mercadeo y Publicidad.

En materia de rating, el NOTICIERO 90 MINUTOS siguió en el primer lugar.

Año 2005

Telepacífico decidió no hacer efectiva la prórroga del contrato suscrito en el año 2000 y abrió nueva licitación solo para la adjudicación de noticieros, en contratos con vigencia hasta 2007, prorrogable por una año más.

Se creó la Unión Temporal Universidad Autónoma de Occidente - Procívica TV. El representante legal de la Unión es el Dr. Luis H. Pérez y su Comité de Dirección está conformado por los mismos integrantes del Consejo Directivo de Procívica.

En esta ocasión, se adjudicaron tres noticieros. Todos con emisiones de lunes a domingo.

La propuesta de la Unión Temporal recibió el más alto puntaje y le fue adjudicado el horario de la 1 a 1.30 de la tarde. El mismo que siempre ha tenido 90 Minutos. De 1.000 punto posibles, recibió una calificación de 920 puntos.

El contrato entró en vigencia el 30 de mayo.

Se redactó el Manual de Estilo del NOTICIERO 90 MINUTOS, siguiendo los parámetros definidos por la Política Editorial.

Se conformó el Comité Editorial del Noticiero, contando con la participación de distinguidas personas de la región.

El Noticiero mantuvo su liderazgo en sintonía, ocupando el primer lugar en Telepacífico.

Año 2006

La Unión Temporal Universidad Autónoma de Occidente - Procívica TV continúa operando el NOTICIERO 90 MINUTOS.

Se registra un crecimiento muy importante en su sintonía, superando por primera vez a Caracol Noticias del medio día, lo cual es un logro teniendo en cuenta que con la creación de los canales privados la audiencia del noticiero bajó a 8 puntos. Cierra el año con un rating de 14 puntos.

Año 2007

Telepacífico confirmó la prórroga del contrato por un año más, hasta el 29 de mayo de 2008.

El Noticiero sigue subiendo en sintonía, registrando en mayo de este año 18.5 puntos.

AÑO 2008

Se realizó prórroga del contrato con Telepacífico hasta el 29 de septiembre de 2008, procediendo a realizar licitación por un año.

Anexo C. Entrevistas a Guido Correa, Luís Fernando Ronderos y Diana Figueroa. Video en CD

Anexo D. Libro de Estilo y Redacción para www.90minutos.co. Universidad Autónoma de Occidente. Versión PDF en CD